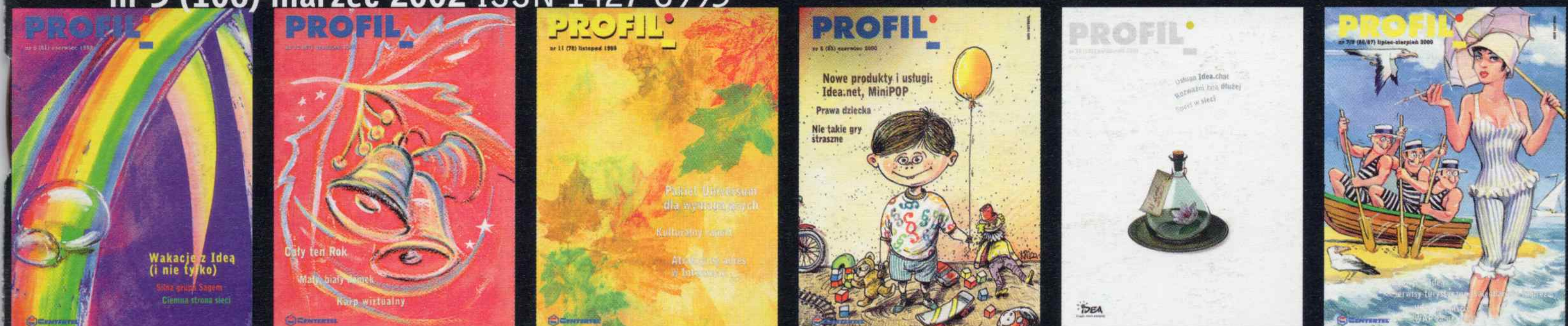
PROFIL

nr 3 (106) marzec 2002 ISSN 1427-8995













NOWE taryfy w Idei

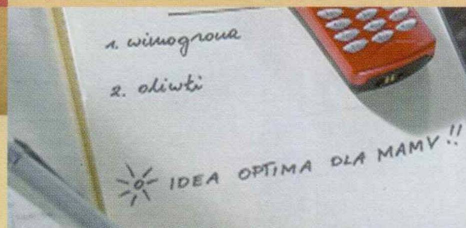
Wymieniaj minuty na SMS-y

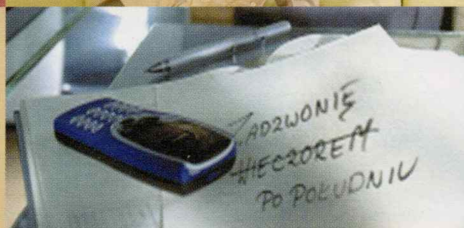
Jedni wolą mówić, a inni wolą pisać. Ale nawet ci, którzy wolą mówić, nie zawsze mogą mówić. Często zdarza się, że dyskretnie wysłany SMS jest jedyną możliwością kontaktu z bliskimi, kiedy utknąłeś na zebraniu lub masz genialny pomysł na wieczór z przyjaciółmi, a wykład trwa i trwa. Dlatego nowa Idea Optima daje każdemu możliwość zarządzania darmowymi minutami i pozwala wymieniać je na darmowe SMS-y. 1 minuta to 4 SMS-y. Jeśli na przykład posiadasz abonament Idea Optima 30 możesz przez 17 minut rozmawiać za darmo, a pozostałe minuty wymienić na 52 darmowe SMS-y.

Najniższy abonament 29,99

Kto powiedział, że korzystanie z komórki jest kosztowne? W nowej Idei Optimie na komórkę stać każdego. Najniższy abonament wynosi tylko 29, 99. To naprawdę niewielka cena za możliwość stałego kontaktu z rodziną i przyjaciółmi, za poczucie bezpieczeństwa. Pomyśl też o swoich bliskich. Telefon w nowej Idei Optimie to idealny prezent dla Twoich rodziców i dzieci.









W szczycie najtaniej

Ile razy zdarzyło ci się odkładać rozmowy na późne godziny wieczorne? Czekać na tańsze połączenia poza szczytem? Nowa Idea Optima to jedna stawka za rozmowy przez całą dobę. Teraz możesz dzwonić zawsze, kiedy masz ochotę. Nieważne, czy masz pilną sprawę, czy chcesz trochę poplotkować.

Niewykorzystane minuty nie przepadają

Na pewno zdarzyło ci się nie wykorzystać darmowych minut przysługujących w abonamencie. Pomyślałeś wtedy: „Przydałyby się w przyszłym miesiącu". Teraz nowa Idea Optima pozwala ci zachować niewykorzystane minuty na przyszły miesiąc. Na pewno się przydadzą!

Cztery powody do radości

Jeżeli zainteresowały Cię nowe taryfy w Idei Optimie, skontaktuj się z Biurem Obsługi Klienta *22.

Szczegóły oferty w punktach sprzedaży.

IDEA optima

optymalny wybór, niskie rachunki

15 min. / 60 sms — 30 min. / 120 sms — 60 min. / 240 sms — 90 min. / 360 sms — 120 min. / 480 sms — 240 min. / 960 sms

Idealna możliwość wymiany darmowych minut na SMS-y

Szanowni Państwo,

Magazyn „Profil", który trzymają Państwo w rękach, jest ostatnim wydaniem pisma. Historia „Profil-u" to historia PTK Centertel. Na łamach gazety publikowaliśmy artykuły poświęcone ważnym dla firmy wydarzeniom. Uczestniczyliśmy w uruchomieniu sieci GSM 900, a później, dwuzakresowej sieci GSM 900/1800. Donosiliśmy o otwarciu nowych ofert: Idea Optima, Idea Meritum i POP oraz o stworzeniu programu Profit. Wspólnie z Państwem przeżyliśmy ponad pięć lat.

Żegnając się z Państwem, życzymy wszystkim Czytelnikom „Profil-u" wszelkiej pomyślności w życiu osobistym i zawodowym. Informujemy również, że już wkrótce otrzymają Państwo nowy magazyn dla Abonentów z opisem aktualnych ofert, promocji i usług w sieci Idea. Na razie jednak, zapraszamy do lektury marcowego numeru magazynu„Profil".

W dziale „Idea Mobile", prezentujemy nowe usługi dostępne dla Użytkowników POP („Idea E-mail" i „Z POP-em czatuj wszędzie"), a także opisujemy szereg usług, które oferuje Club Nokia. Ponadto, zachęcamy Państwa do skorzystania z bezgotówkowych form płatności – „Polecenie zapłaty".

W marcowym „Temacie miesiąca", zapraszamy Czytelników w nostalgiczną wędrówkę po siedzibach starych szlacheckich rodów („Ocalone od zapomnienia"). Natomiast chwilę wytchnienia, zapewni Państwu lektura artykułu „Popołudnie przy herbacie".

W dziale „Idea w sieci" opisujemy, jak stać się właścicielem wymarzonych czterech kółek za pośrednictwem Internetu („Sieciowe autosalony") oraz prezentujemy różne formy bankowości elektronicznej – „e-Banki". A w „Idea po godzinach", odwiedzamy jedno z najpiękniejszych miast Europy – Wrocław oraz donosimy o nowinkach ze świata filmu, muzyki i książki.

Życzymy miłej lektury,
Redakcja

Wydawca: Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.
Redakcja: Pion Marketingu PTK Centertel
Redaktor Naczelny: Iwona Zabielska
Redakcja: Agnieszka Guzek
Współpraca: Małgorzata Węgrzecka
Korekta: Irena Szewczyk
Projekt okładki: Piotr Lichwierowicz
Opracowanie graficzne: Anna Paszkowska
Adres Redakcji: ul. Skierniewicka 10a 01-230 Warszawa
tel. (0-22) 656 14 44 w. 20 84
faks (0-22) 656 14 44
Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz
Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.



Kalendarium PTK Centertel

6 Najważniejsze wydarzenia z naszej historii

Nowy Profit

8 Kalendarium Idea Profit

mobile

11 Z POP-em czatuj wszędzie

13 Idea E-mail
– nowoczesna poczta elektroniczna dla Użytkowników POP

15 „Dźwiękówka"
– rozrywkowa usługa, wykorzystująca połączenia głosowe SMS i Internet

16 Gra – Poker a'la carte

17 Gra – Słowa i słówka

18 Club Nokia
– super dzwonki i grafiki



19 MobilRom
– operator grupy Kapitałowej Orange w Rumunii

20 Polecenie zapłaty
– bezgotówkowa forma dokonywania płatności za usługi

temat miesiąca

PODRÓŻ SENTYMENTALNA



22 Ocalone od zapomnienia
– siedziby szlacheckich rodów

27 Popołudnie przy herbacie

w sieci



30 Cyfrowa biblioteka

31 Sieciowe autosalony

32 e-Banki
– nowe formy bankowości elektronicznej

■ MINI INFORMATOR ■

Informacja handlowa: 0-801 234567
– koszt połączenia: 0,35 zł brutto niezależnie od czasu trwania rozmowy

Informacja handlowa Meritum: 0-801 100 501
– połączenie dostępne w sieci stacjonarnej

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Klienta dla Abonentów Meritum: *525
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
502 000 525 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
+48 502 000 525 – numer dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:
***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT
+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych: *123
– połączenie tylko z telefonu komórkowego
501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:

www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

idea kulturalna

34 Co nowego w kinach i na DVD

35 Nowości płytowe

36 Nowości książkowe

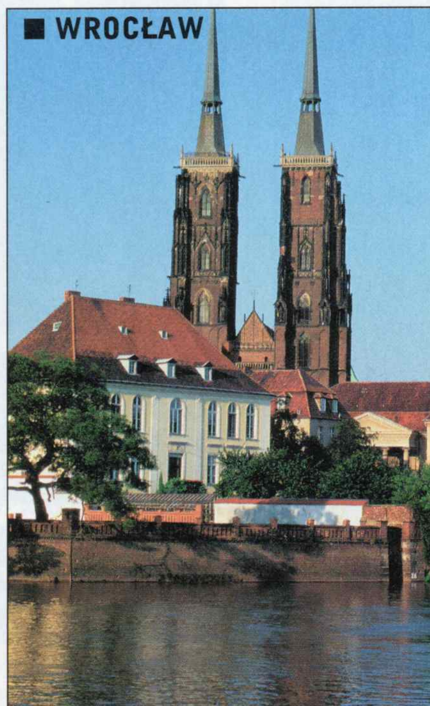
po godzinach

37 Od słowa do słowa – felieton

38 Dialog z tradycją – Wrocław

40 Sygnatura: błękitne miecze – porcelana miśnieńska

42 Ze szczyptą papryki – kuchnia węgierska







■ MINI INFORMATOR ■

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110)
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks salon 628 84 54, faks BOP 628 84 53
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Łódź, Al. Piłsudskiego 3
tel. 639 60 60,
faks salon 639 60 00, faks BOP 639 60 10
e-mail: ideaCentrumLodz@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości 24/30, tel. 656 15 54, 853 34 10/15, 0-501 00 505, faks 853 34 20;
ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, faks 670 23 60.

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska 67, tel. 321 12 12, 321 24 33, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, faks 301 51 13.

GDYNIA
ul. 10-lutego 7, tel. 620 22 22, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska 232, tel. 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – przedstawiciele handlowi, 60 lub 61 – serwis, 94 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice 9, tel. 835 88 88, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika 12, tel. 8 500 600, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks.
ul. Al.Wojska Polskiego 19, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 110 – BOP, 201 – faks.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 621 10 90, faks 621 10 92.

WROCŁAW
ul. Odrzańska 25, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks.
ul. Piłsudskiego 13, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks.

KALENDARIUM PTK CENTERTEL

1991 Geneza

luty – wyłoniony został zwycięzca w przetargu na pierwszego w Polsce operatora niezależnego w częstotliwości 450 MHz.

październik – Poczta Polska, Telegraf i Telefon (jej udziały przejęła powołana w grudniu Telekomunikacja Polska S.A.), Ameritech International oraz France Telecom Mobiles International założyły firmę Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o. o.

1992 – 1997

Sieć PTK Centertel – system NMT 450 MHz.

czerwiec 1992 – uruchomiono pierwszą w Polsce telefonię komórkową – analogową sieć działającą w Warszawie, na początku tylko w promieniu 20 km od nadajnika w PKiN.

grudzień 1992 – po upływie pół roku z oferty skorzystało 3500 Abonentów.

wrzesień 1993 – przekroczono pierwszą magiczną granicę – 10 000 Abonentów.

luty 1994 – dzięki zmianom technicznym w oprogramowaniu central, zlikwidowano opłaty za rozmowy przychodzące.

czerwiec 1994 – w dwa lata od rozpoczęcia działalności z sieci PTK Centertel korzystało 25 tys. Abonentów; najtańszy telefon kosztował 19,4 mln złotych, opłata za podłączenie do sieci – 11,4 mln, miesięczny Abonament – 570 tys. (ceny na szczęście sprzed denominacji).

luty 1996 – pojawiła się konkurencja: koncesję na telefonię w systemie GSM otrzymali Polkomtel i Polska Telefonia Cyfrowa.

czerwiec 1996 – Centertel uruchomił pierwszy roaming NMT z Danią; stutysięczny Abonent PTK Centertel otrzymał pamiątkowy telefon i 10-letni bezpłatny abonament.

lipiec 1996 – ruszył specjalny projekt budek komórkowych Centertel.

grudzień 1996 – Ameritech International zbył posiadane udziały w PTK Centertel na rzecz pozostałych udziałowców, którzy posiadają do tej pory: Telekomunikacja Polska S.A. – 66% i France Telecom M.I. – 34%.

sierpień 1997 – dzięki profesjonalnej i atrakcyjnej ofercie oraz doświadczeniu w budowie i eksploatacji sieci komórkowej, Centertel otrzymał koncesję na telefonię GSM 1800 (DCS).

październik 1997 – podpisano umowy z dostawcami sprzętu na budowę sieci GSM, firmami: Nokia Poland i Nortel Europe.

1998–1999

Jedna firma. Dwa systemy

1 marca 1998 – w aglomeracji warszawskiej ruszyła sieć DCS, pod handlową nazwą Idea Centertel.

marzec 1998 – uruchomiono usługę krótkich informacji tekstowych (SMS) w sieci NMT.

maj 1998 – wprowadzono nowe usługi w sieci Idea Centertel – roaming, SMS, dostęp do Internetu.

wrzesień 1998 – z oferty Idea skorzystało 100 000 Abonentów. **15 września 1998** – wzbogacono ofertę o bezabonamentową usługę POP.



MARZEC 1998 uroczyste uruchomienie sieci Idea Centertel



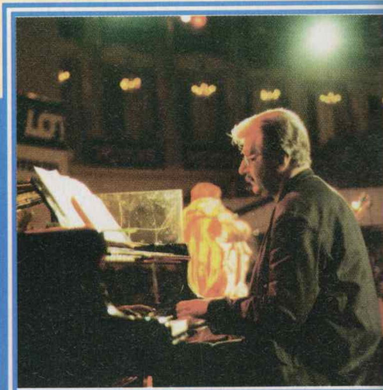
LIPIEC 1998 Minister M. Srebro wręcza koncesję na GSM 900 MHz

SIERPIEŃ 1997 – Przekazanie koncesji na DCS przez Ministra A. Zielińskiego



Tort urodzinowy 5 lat





1999 Centertel sponsorem Jazz Jamboree

grudzień 1998 – do końca roku liczba Abonentów sieci Idea przekroczyła 200 000, a sieci analogowej NMT 450 – 220 000.

17 maja 1999 – uruchomiono w Idei 100-ną umowę roamingową.

22 lipca 1999 – Minister Łączności Maciej Srebro wręczył Zarządowi PTK Centertel koncesję na sieć GSM900 na obszar całej Polski.

wrzesień 1999 – wprowadzono nowy cennik usług w sieci Idea.

październik 1999 – Idea Centertel sponsorem festiwalu Jazz Jamboree.

23 grudnia 1999 – 30 stycznia 2000 – korzystającym z usługi POP zaproponowano możliwość darmowego wysyłania SMS-ów.

2000 – 2001

Dwie twarze Idei – Optima i Meritum

1 stycznia 2000 – sieci PTK Centertel sprawdziły się w 100% w obliczu Problemu Roku 2000.



1 marca 2000 – startuje dwuzakresowa sieć GSM 900/1800, dostępna dla 81% Polaków, a w niej nowe oferty: Idea Optima i Idea Meritum.

20 marca 2000 – zaproponowano Abonentom wymianę telefonów na dwuzakresowe.

5 kwietnia 2000 – rusza program lojalnościowy Idea Profit.

19 kwietnia 2000 – uruchomiono W@P Idea.

11 kwietnia 2000 – Idea sponsoruje koncert 2000 trębaczy na Rynku Głównym w Krakowie.

czerwiec 2000 – firma przekroczyła kolejną magiczną granicę – 1 000 000 Abonentów.

lipiec 2000 – Idea sponsorouje Idea Prokom Open – tenisowy turniej kobiet w Sopocie.

październik 2000 – początek współpracy sponsoringowej z drużyną koszykarzy Zepter-Idea Śląsk Wrocław.

20 grudnia 2000 – Centertel otrzymał z rąk Ministra Łączności Tomasza Szyszko koncesję nr 1 na świadczenie usług sieci komórkowej trzeciej generacji w technologii UMTS.

marzec 2001 – prezentacja usług Idei na stoisku Grupy Kapitałowej TP S.A., na targach CeBit w Hannowerze.

kwiecień 2001 – z oferty w sieci Idea skorzystało już 2 000 000 Abonentów.



2001 Dwumilionowy Abonent

GRUDZIEŃ 2000 Minister T. Szyszko podpisuje koncesję na telefonię trzeciej generacji (system UMTS)



Drużyna koszykarzy Zepter-Idea Śląsk Wrocław

22 maja 2001 – uruchomiono nowy program lojalnościowy – „Zostańmy Razem".

1 lipca 2001 – wprowadzono nową ofertę biznesową Meritum w Idei (6 taryf, aktywacja od 1 telefonu, SMS – 0,05 gr).

30 lipca 2001 – ruszył specjalny serwis SMS na rzecz powodzian (wspólnie z TVP S.A.).

14 września 2001 – współpraca z TNS OBOP przy realizacji badań preferencji wyborców.

26 września 2001 – wspólnie z Polkomtelem i Polską Telefonią Cyfrową, Centertel opracował stanowisko w sprawie nadużyć przy zakupach telefonów komórkowych w ofertach promocyjnych.

15 października 2001 – uruchomiono 200. umowę roamingową w sieci Idea.

27 grudnia 2001 – ruszyły odnowione serwisy internetowe: www.idea.pl, wap.idea.pl.

31 grudnia 2001 – z sieci Idea korzystało ponad 2 800 000 Abonentów, z sieci NMT 450 – ok. 40 000 klientów, co łącznie dawało PTK Centertel blisko 28% udział w rynku.

Magdalena Glinicka



NOWY – dostrajamy się

Kwiecień dla programu Idea Profit to data uroczysta. Już za miesiąc, w kwietniu 2002 r. minie bowiem dwa lata, odkąd istnieje program Idea Profit. Jesteśmy bogatsi o doświadczenia, a co najważniejsze o opinie i sugestie Państwa – naszych wiernych Uczestników. Dlatego swoje drugie urodziny postanowiliśmy uczcić w sposób szczególny. Właśnie w kwietniu 2002 r., zaproponujemy Państwu nowy program Idea – bogatszy o nagrody, prezenty, nowe, zaskakujące gry oraz nową ofertę Partnerów programu.

I to wszystko oczywiście za punkty Profit!. Zmieni się również logo i kolorystyka programu.





Zaproponujemy też Państwu nowe karty Profit: Idea Profit i Idea Profit VIP.



Nową kartę otrzymają Państwo po upływie daty ważności swojej obecnej karty.

To jeszcze nie koniec zmian. Marcowy numer magazynu, który trzymają Państwo w ręku, jest ostatnim wydaniem „Profil-u". Już od następnego miesiąca, otrzymają Państwo nowy magazyn Abonentów, a w nim informacje o aktualnych promocjach, nowościach w sieci Idea oraz wszystkim, co każdy Użytkownik naszej sieci wiedzieć powinien.

Informacje, związane z programem Uczestnicy programu Idea Profit będą otrzymywać oddzielnie. A zatem już w kwietniu, dostaną Państwo pierwszą korespondencję w nowej formie, a w niej szczegóły dotyczące nowej oferty programu.

A oto jak bawiliśmy się razem przez ostatnie dwa lata:

KALENDARIUM IDEA PROFIT

➢ 5.04.2000 **start IDEA PROFIT**
Pierwszych Uczestników programu witamy powitalną promocją: każdemu, kto do 30.06.00 dołączył do nas przyznaliśmy **500 punktów Profit.**

➢ 15.06 – 15.09.2000 **WAKACYJNA PROMOCJA**
Pierwsze wakacje z Partnerami! Specjalna oferta 5. wybranych Partnerów programu:
- Scan Holiday,
- KLM – Królewskie Holenderskie Linie Lotnicze,
- Stena Line,
- AIG,
- Sailor.

➢ 20.08 – 30.09.2000
2500 PUNKTÓW EXTRA
Ekstra punkty dla pierwszych 10 tys. osób, które w czasie promocji przystąpiły do programu.

➢ 9.10 – 20.12.2000 **JESIENNY PROFIT**
Nowe korzyści:
- Nokia 7110 za 3 tys. punktów,
- Nowe usługi w programie:
  - polecone – nagrodzone,
  - polecenie zapłaty (direct debit).
- **OFERTA 6 PARTNERÓW PROGRAMU** (Scan Holiday , Stena Line, WBK, Hertz, AIG, Emarket).
- 35 NOWYCH PARTNERÓW W PROGRAMIE

➢ 19.10.2000 **ATOMOWA IMPREZA**
Dla „ZŁOTYCH" Uczestników impreza Atomic VIP Party.

➢ 20.11– 31.12.2000 **ŚWIĄTECZNY PROFIT**
- Zestaw POP Z Siemensem C25 za 129 zł netto i 500 punków Idea Profit,
- Zakupy z rabatem (do 40 zł) w katalogu „BŁĘKITNI",
- Oferta ATOMIC ŚWIAT ROZRYWKI

➢ 1 – 7.12.00, 14–30.12.00 **AUKCJA PROFIT**
Aukcja telefonów na koniec wieku.

➢ 1/12/00 **KARTA KREDYTOWA VISA WBK IDEA PROFIT**
Wprowadzamy płatniczą kartę kredytową i kartę programu w jednym!

PROFIT
do Twoich potrzeb

➢ 8.12.2000 **MARATON FILMOWY Z IDEA PROFIT**
Na filmowy maraton zaprosiliśmy Uczestników programu do Kina WISŁA.

➢ 1.02.2001 – 31.03.2001 **WIOSENNE ODLOTY**
Oferta Partnerów: Scan Holiday i KLM.

➢ 5.02 – 12.02.2001 **WALENTYNKI CAŁE W KWIATACH**
Punkty Profit wymienialiśmy na walentynkowe bukiety kwiatów.

➢ 5.02 – 28.02.2001 **GORĄCA AUKCJA PROFIT**
Licytowaliśmy telefony komórkowe i produkty Partnerów.

➢ 16.02.2001 **Walentynkowy Maraton Filmowy z Idea Profit, kino WISŁA**
Bilety za punkty – kinowy maraton z Idea Profit.

➢ 1.03 – 6.03.2001 **DZIEŃ KWIATÓW**
Punkty rozkwitały w bukiety kwiatów, czyli wymienialiśmy punkty na kwiaty.

➢1.03 – 30.04.2001 **OFERTA BUSINESSMAN MAGAZINE**
Roczna prenumerata Businessman Magazine w cenie 35,90 PLN.

➢ 1.03 – 31.05.2001 **TURNIEJ PROFIT**
Rozgrywaliśmy turnieje Profit w kręgle.

➢ **PROMOCJA URODZINOWA**
Profit na pierwsze urodziny:
- Konkurs na hasło: MOJA IDEA TO............ Do wygrania 10 000, 5 000 i 2 000 punków,
- Krzyżówka urodzinowa – do wygrania 2500 i 500 punktów Profit,
- Zestaw POP z Motorolą T2288 za 129 zł netto i 500 punków Profit,
- Oferta ZIBI – Bony rabatowe dla Uczestników programu.

➢ **1.05 – 30.06.2001 – EKSTRA PUNKTY PROFIT ZA BEZGOTÓWKOWE FORMY PŁATNOŚCI**

➢ 7.05 – 14.05.2001 **ZŁOTA AUKCJA**
Licytowaliśmy złote numery za punkty Profit. Rekord aukcji to złoty numer za 7800 punktów!

➢ 7.05 – 15.06.2001 **PATRIOTA ZA PUNKTY**
Punkty Profit wymienialiśmy na film „Patriota" na DVD i VHS.

➢ od 24.05.2001 **ZOSTAŃMY RAZEM**
Od maja 2001 pakiet promocyjny z nowym telefonem i Zestawem StartPOP, dostępny za punkty Profit.

➢ 1.06 – 30.06.2001 **COKOLWIEK DAJEMY DZIECIOM, DAJEMY SOBIE...**
Zbieraliśmy pieniądze na pomoc Dzieciom z Domu Dziecka nr 2 w Warszawie. **Wspólnie z Uczestnikami programu zebraliśmy kwotę 79. 384, 84 pln!!!**

➢ 1.06 – 31.08.2001 **BŁĘKITNE WAKACJE**
Wakacyjny sprzęt turystyczny w wyjątkowo atrakcyjnej cenie.

➢ 24.06 – 29.08.2001 **Rejs promem z kartą Profit** okazał się wakacyjnym hitem! W morską podróż z kartą Profit (do 4 osób 100 zł) wybrało się 16 000 Uczestników programu!!!

➢ od lipca 2001 **MINUTY ZA PUNKTY**
Od lipca 2001 Uczestnicy programu mogą wymieniać punkty Profit na dodatkowe minuty!

➢ 1.07 – 31.09.2001 **OPTIMALNA OFERTA**
1500 punktów Profit za zakup dodatkowego telefonu w ofercie Idea Optima.

➢ 1.07 – 30.09.2001 **Punkty dla POP**
Dodatkowe punkty Profit za doładowanie konta POP przez bankomat.

➢ 1.07 – 31.08.2001 **wakacyjna oferta Partnerów:**
- Hotel Sobieski • Hotel Holiday INN Wrocław
- Poczta Kwiatowa – Interflora.

➢ 1.07 – 31.08.2001 **ATOMOWA ROZGRYWKA**
Wakacyjna oferta ATOMIC.

➢ 15.07 – 30.09.2001 **korzystanie z usług KLM premiowane punktami Profit**

➢ sierpień 2001 **AKCJA POMOCY POWODZIANOM**
Uczestnicy programu zebrali 164.793,44 pln!!!

3.09. – 30.11.2001 **POLEĆ NAS INNYM**
Szansa zdobycia do 5000! dodatkowych punktów Profit.

➢ od 3.09.2001 **ZŁOTY NUMER ZA PUNKTY PROFIT**
Od września złoty numer, dostępny dla Uczestników programu za 6 tys. punktów Profit.

➢ Od 15 .10.2001 **DOŁADUJ KONTO POP PUNKTAMI PROFIT**
Od października 2001 punktami Profit można powiększać limit czasu połączeń w POP.

➢ 5.11 – 31.12.2001 **Z KARTĄ PROFIT ZESTAW POP DO 25% TANIEJ,**
od 5.11.2001 **oferta MINUTY ZA PUNKTY DOSTĘPNA DLA IDEA MERITUM,**
19 – 30.11.2001 **AUKCJA**
licytowaliśmy telefony w Zestawach POP

➢ 5.11 – 31.12.2001 **Zakupy z rabatem w salonach Zibi**
Z kartą Profit mogliśmy robić zakupy do 20% Taniej.

➢ Od 3.12.2001 **SMS-y ZA PUNKTY**
Od grudnia 2001 Uczestnicy programu mogą wymieniać punkty Profit na dodatkowe pakiety SMS!

➢ 1 – 31.12.2001 **Na kartę Profit 15% rabat w sklepach Galerii Centrum**

➢ 1 – 31.12.2001 **do 10% rabatu na usługi oferowane przez POCZTĘ KWIATOWĄ INTERFLORA**

➢ 10 – 19.12.2001 **WYGRAJ ŚWIĄTECZNY STROIK**
Konkurs, w którym każdego dnia jedna osoba wygrywała świąteczny stroik.

➢ 1 – 31.12.2001 **Pomagamy Dzieciom z Domu Dziecka w Strobowie.**
Uczestnicy programu zebrali kwotę 22.074, 92 pln!



DZIĘKUJEMY W IMIENIU WYCHOWANKÓW DOMU!

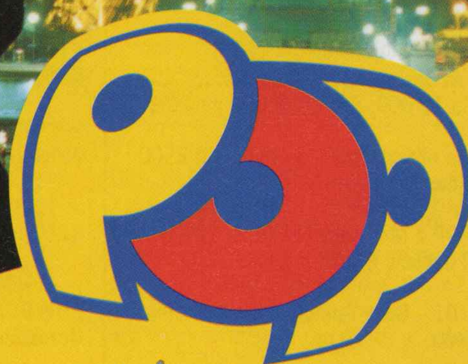
➢ 1 – 31.12.2001 **w Atomic Profitowcy grają taniej**

➢ 4.02 – 15. 02.2002 **WALENTYNKOWE DŁUGIE ROZMAWIANIE**
15% rabatu na oferty: minuty za punkty, SMS-y za punkty, doładuj konto POP punktami Profit.

4.02 – 10. 02.2002 **WALENTYNKI CAŁE W KWIATACH**
Walentynkowe bukiety za punkty z dostawą nawet w najbardziej odległe miejsce w Polsce.

roaming
sms





Eclairage de la Tour Eiffel – Copyright Société Nouvelle d'Exploitation de la Tour Eiffel – Conception Pierre Bideau

Teraz w POPie możesz wysyłać i odbierać SMSy także za granicą. Inne telefony bez abonamentu tego nie potrafią.

www.idea.pl
infolinia: 0 801 234567
koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.

IDEA

łączy z ludźmi
(w Europie)

Anna Zbrzeźniak



Z POP-em czatuj wszędzie

„Czatowanie" szybko zdobyło grono zagorzałych zwolenników. „Czat", poza wymianą informacji, stara się zaspokoić ludzką potrzebę kontaktu z innymi. Można mówić wręcz o modzie na „czatowanie" , a modzie tej ulegają przede wszystkim ludzie młodzi i aktywni. To właśnie z myślą o nich Idea POP uruchomiła w październiku 2001 roku nową usługę – Idea.czat.



Do tej pory czatować – czyli prowadzić rozmowę w formie bezpośredniej wymiany wiadomości pisanych – można było wyłącznie przez Internet. Usługę taką oferuje obecnie niemal każdy portal internetowy, ale aby móc korzystać z takiego serwisu, należy mieć dostęp do komputera i Internetu. Jednak od niedawna również każdy Użytkownik telefonu komórkowego w Idea POP może uaktywnić sobie usługę Idea.czat i czatować z innymi poprzez SMS-y, WAP lub korzystając z dostępnego na stronie www.idea.pl interfejsu HTML i Applet.

Idea.czat to nowoczesny i atrakcyjny sposób komunikowania się między ludźmi – nawiązywania nowych, ciekawych znajomości, wymiany opinii. Dzięki Idea.czat mogą się spotkać ludzie wykonujący różne zajęcia i o odmiennych zainteresowaniach bez względu na to, gdzie mieszkają.

Idea.czat pozwala na prowadzenie pogawędek, podobnych do dyskusji internetowych, przy użyciu telefonu komórkowego. Jednym z kanałów łączności pomiędzy czatującymi w Idea.czat są krótkie wiadomości tekstowe SMS (zawierające odpowiednie komendy), przesyłane pod skrócony numer SMS – 2112. Natomiast Ci Użytkownicy, którzy mają aparaty z kartą POP, obsługujące WAP-a, mogą korzystać z Idea.czat poprzez WAP (link CHAT na stronie głównej wap.idea.pl). Polega to na prostej nawigacji po menu serwisu i wypełnianiu odpowiednich pól.

Przed czatowaniem, Użytkownik POP musi zarejestrować się w Idea.czat pod wymyślonym przez siebie pseudonimem. Pseudonim (nickname) jest przypisywany do numeru telefonu komórkowego Użytkownika POP, przez co nie będzie mogła z niego korzystać inna osoba. Możliwość ukrycia się pod pseudonimem, sprawia, że ludzie nie ukrywają, co ich cieszy, denerwuje, czego nie wiedzą lub nie rozumieją. A gdy czatującemu znudzi się jego pseudonim lub zostanie rozpoznany, może go zamienić na inny.

Podczas odwiedzin na Idea.czat, Użytkownik POP może włączyć się do ogólnodostępnej rozmowy SMS-owej na tzw. kanale publicznym. Wystarczy, że wyśle jedną wiadomość do wszystkich uczestników forum dyskusyjnego. Będzie mógł wtedy prowadzić pogawędkę z kilkoma osobami w tym samym czasie. Obecnie, w ramach Idea.czat, dostępnych jest 8 ciekawych kanałów: **Główny** (na każdy temat), **GSM** (dla zainteresowanych telefonami komórkowymi), **Flirt** (dla osób szukających towarzystwa), **Muzyka** (dla melomanów), **Film** (dla miłośników filmu), **Sport** (dla fanów sportu) oraz **Polityka** i **Ogłoszenia**.

Czatując, Użytkownik POP może również stworzyć własną Grupę Prywatną i wymieniać się – z zaproszonymi do tej grupy znajomymi lub przyjaciółmi – wiadomościami, które pozostaną niewidoczne dla innych osób.

Z usługi Idea.czat mogą korzystać wszyscy Użytkownicy POP, którzy mają telefony z funkcją wysyłania SMS-ów lub obsługujące WAP. Opłata za wysłanie 1 SMS-a w usłudze Idea.czat wynosi tylko 24 gr netto.

Dzięki Idea.czat można czatować zawsze i wszędzie. To coś lepszego od zwykłego czata w Internecie, bo POP-a Użytkownik ma zawsze przy sobie. To lepsze od zwykłych SMS-ów, bo raz wysłana wiadomość trafia do wszystkich, którzy zostali zaproszeni do wspólnego czatowania, a do tego kosztuje znacznie mniej niż tradycyjny SMS. To lepsze od zwykłej rozmowy, bo – jeśli Użytkownik nie chce – nikt nie dowie się kim jest...

pop łączy z ludźmi /czatersko/

Więcej informacji o Idea.czat i lista komend oraz skrótów SMS na stronie www.idea.pl

nowi artyści pop



Przedstawiamy nowe twarze na scenie POP!

Samsung R200s – znajdziesz w nim trzy gry, kompozytora melodii, animowane wygaszacze ekranu i wiadomości graficzne. Cena zestawu: 399 zł.*

Mitsubishi Trium Mars – dwie gry, animowane logo ekranu, notes elektroniczny i możliwość używania trybu głośnomówiącego. Cena zestawu: 199 zł.*

Alcatel OT 311 – w nim szablony SMS, słownik polski, wiadomości graficzno-dźwiękowe i automatyczna blokada klawiszy. Cena zestawu: 299 zł.*

*ceny netto
infolinia: 0 801 234567

www.idea.pl
koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.



łączy z ludźmi

idea e-mail – nowoczesna poczta elektroniczna dla Użytkowników POP-a

Poczta elektroniczna (e-mail) zmieniła nasze dotychczasowe sposoby porozumiewania się. Z jej dobrodziejstw mogą również korzystać Użytkownicy POP. Do tej pory korzystali oni z jednego wariantu usługi Idea-net, a od 1 marca 2002 r. również z Idea E-mail. O zaletach tej ostatniej usługi przekonali się już Abonenci Idea Optima i Idea Meritum.

Idea.net jest oferowana Użytkownikom sieci Idea w dwóch wariantach: Idea E-mail – usługa płatna (objęta miesięcznym abonamentem) i E-mail SMS – usługa bezpłatna. Każda z tych skrzynek to narzędzie nowej generacji, łączące w sobie możliwości, jakie daje Internet i telefon komórkowy w sieci Idea.

Nowa, płatna usługa – Idea E-mail różni się od bezpłatnej skrzynki elektronicznej E-mail SMS tym, że daje swoim Użytkownikom zdecydowanie szersze możliwości korzystania z konta poczty elektronicznej. Pojemność skrzynki e-mail jest dwukrotnie większa i wynosi 20 MB. Oprócz wysyłania wiadomości i sprawdzania stanu konta przy pomocy SMS, Użytkownik POP może otrzymywać automatyczne powiadomienie o nowych wiadomościach e-mail poprzez SMS. Sam przy tym decyduje, czy powiadomienie ma następować natychmiast po nadejściu nowej wiadomości, czy też w ustalonych przez siebie samego odstępach, co 4, 6, 12 lub 24 godziny. Godna uwagi jest możliwość zdefiniowania filtrów blokujących informacje o niektórych wiadomościach oraz tzw. zapadek – czyli mechanizmów przyspieszających powiadomienie o priorytetowych e-mailach. Wszystkie ustawienia Użytkownik może aktywować sam, za pomocą krótkich komend SMS. Skrzynka Idea E-mail obsługuje również protokół POP3 oraz IMAP4, a więc można mieć do niej dostęp np. poprzez WAP E-mail, Microsoft Outlook. Użytkownik Idea E-mail ma również możliwość wysyłania wiadomości e-mail z telefonu komórkowego przy pomocy SMS. Wiadomość taka powinna być wysłana pod nr 874 i mieć następującą postać: **<adres odbiorcy><separator><treść>** (separator to jeden znak odstępu).

Idea E-mail to oferta dla osób ceniących sobie jakość i profesjonalizm, dla których liczą się takie cechy poczty elektronicznej, jak: niezawodność, szybkość działania, pojemność skrzynki oraz nieograniczony dostęp.

Każdemu Użytkownikowi POP przysługuje jedno konto poczty elektronicznej w płatnej usłudze Idea E-mail. Opłata za korzystanie ze skrzynki Idea E-mail przez 30 dni kalendarzowych wynosi 5 zł netto. Kwota ta – w momencie pełnej aktywacji usługi – jest odliczana ze środków Użytkownika POP zgromadzonych na jego koncie POP.

Użytkownik POP może obsługiwać konto poczty elektronicznej Idea E-mail poprzez stronę internetową www.idea.net.pl oraz poprzez komendy-komunikaty SMS wysyłane z telefonu komórkowego pod numer 874 w sieci Idea. Wówczas, poza miesięcznym abonamentem za usługę, Użytkownik płaci także za wysyłane SMS-y. Opłata za każdy wysłany SMS jest naliczana zgodnie z cennikiem POP.

Aktywacja skrzynki w usłudze Idea E-mail

Użytkownik POP samodzielnie dokonuje aktywacji usługi Idea E-mail na stronie http://www.idea.net.pl. Następnego dnia Użytkownik otrzyma SMS-a z prośbą o dokonanie zapłaty za usługę Idea E-mail za następne 30 dni.

Po otrzymaniu SMS-a, Użytkownik POP, w ciągu 24 godzin, powinien wysłać SMS-a o treści **POP** pod numer **7500** (koszt 1 SMS-a: 5 zł + VAT). Po wysłaniu SMS-a ze zleceniem zapłaty, Użytkownik otrzyma w ciągu kilkunastu sekund SMS-a z informacją, że skrzynka Idea E-mail jest już aktywna. Od tej pory skrzynka poczty elektronicznej zachowuje ważność przez 30 dni kalendarzowych.

W przypadku, gdy Użytkownik POP nie wyśle w ciągu 24 godzin SMS-a o treści POP pod numer 7500, skrzynka zostanie zlikwidowana.

Opłata za miesięczny abonament

Na 7 dni oraz 1 dzień przed upływem okresu ważności skrzynki, Użytkownik POP otrzyma SMS-a z przypomnieniem o comiesięcznej opłacie za usługę. Wówczas powinien wysłać SMS-a ze zleceniem odliczenia kwoty abonamentu ze środków zgromadzonych na swoim koncie POP (SMS o treści POP pod numer 7500). W odpowiedzi otrzyma SMS-a z potwierdzeniem przedłużenia ważności swojej skrzynki na kolejne 30 dni.

Wysłanie przez Użytkownika POP więcej niż jednego SMS-a ze zleceniem zapłaty za abonament, spowoduje automatyczne zwiększenie limitu ważności skrzynki (np. 2 wysłane SMS-y ze zleceniem zapłaty = 60 dni kalendarzowych ważności skrzynki).

Jeśli Użytkownik nie wyśle pod koniec terminu ważności swojej skrzynki SMS-a ze zleceniem zapłaty, w dniu wygaśnięcia jej ważności otrzyma SMS-a z informacją o skasowaniu konta poczty elektronicznej. Tym samym nastąpi automatyczna dezaktywacja usługi Idea E-mail.

Idea E-mail to wyjątkowa poczta elektroniczna, z której może już korzystać każdy Użytkownik POP-a. Dzięki Idea E-mail może kontrolować własne konto pocztowe, niezależnie od miejsca, w którym przebywa. To wszystko z POP-a.

pop łączy z ludźmi
/przez idea e-mail/

Dźwiękówka wiadomość muzyczna



Dźwiękówka to wiadomość muzyczna dla bliskiej Ci osoby. Stworzenie własnej Dźwiękówki jest bardzo proste. Do treści SMS-a wpisz bez spacji numer telefonu wybranej osoby i wyślij pod numer 7425. Po chwili oddzwoni do Ciebie dźwiękówkowy system. Wtedy nagrasz wiadomość i wybierzesz piosenkę. I to wszystko.

Spraw przyjemność bliskiej Ci osobie! Wyślij jej Dźwiękówkę!

Szczegóły na stronie www.idea.pl
Całkowity koszt Dźwiękówki to 4 zł netto.

IDEA
optima

Dźwiękówka

„Dźwiękówka", to nowa, rozrywkowa usługa, wykorzystująca połączenia głosowe SMS i Internet. Z usługi tej można korzystać w sieci IDEA[1] od lutego 2002 r.

KONRAD HABIT

Dźwiękówka, to usługa wykorzystująca połączenia głosowe oraz funkcje dostępne przez SMS i Internet. Dzięki „Dźwiękówce", można w niekonwencjonalny sposób przekazać życzenia z okazji imienin, urodzin, zaprosić na spotkanie lub po prostu przesłać, bez specjalnej okazji, pozdrowienia wraz z wybranym utworem muzycznym.

Jak to zrobić?

Wystarczy wysłać SMS pod numer **7425** (SMS w cenie 4 zł + VAT), którego treścią będzie **numer telefonu** osoby, do której chcesz wysłać „Dźwiękówkę"[2].

Przykład zamówienia: w treści SMS, należy wpisać numer Odbiorcy np. 501 123 123 i wysyłać pod numer 7425. Po chwili system „Dźwiękówek" zadzwoni do Nadawcy i poprosi o nagranie wiadomości dla Odbiorcy[3] oraz zaprezentuje fragmenty trzech utworów muzycznych ilustrujących wiadomość. Aby wybrać utwór, wystarczy z klawiatury telefonu komórkowego podać jego numer – wciskając klawisz 1, 2 lub 3. W ten sposób zamówienie zostanie przyjęte i system rozłączy się z Nadawcą. Następnie system wykona połączenie do Odbiorcy „Dźwiękówki", przekazując nagraną wiadomość i wybrany utwór muzyczny.

Dla bardzo wymagających, przygotowaliśmy ponad 15 kategorii utworów, które pogrupowano w ten sposób, aby najbardziej pasowały do treści SMS-a. Tak duża lista utworów muzycznych, stwarza mnóstwo okazji do wysłania „Dźwiękówek", ograniczonych jedynie pomysłowością Nadawcy.

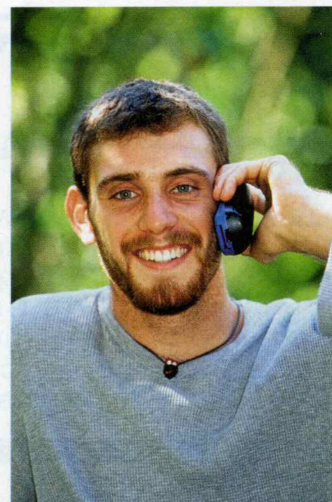
Jeśli zamierzasz zaprosić znajomego lub znajomą na spotkanie, wyślij SMS o treści „numer telefonu znajomego przyjdź". Za każdym razem do wyboru przedstawione będą trzy piosenki, których fragmenty usłyszysz.

Przykład zamówienia „Dźwiękówki" z kategorii przyjdź dla numeru 501123123 powinien wyglądać następująco:

„501123123 przyjdz"

a SMS należy przesłać pod numer 7425.

Inne przykładowe kategorie utworów muzycznych: Kocham, Walentynki, Wybacz, Przyjdź, Dziękuję, Gratuluję, Flirt, Żart, Żegnaj, Urodziny.



BE&W

Internet

„Dźwiękówka" ma także dedykowane miejsce na stronie www.idea.pl (informacji szukaj w sekcji Usługi link o nazwie „Dźwiękówka"), na której znajdują się wszelkie możliwe i najświeższe informacje. W „Szafie grającej", można znaleźć fragmenty wszystkich możliwych załączników muzycznych. Utwory są podzielone na kategorie, style muzyki i wykonawców. Dzięki temu, wybranie konkretnego utworu na odpowiednią okazję nie powinno sprawiać żadnych problemów. Wypełniając znajdujący się na stronie formularz, można w łatwy sposób zamówić konkretny, wybrany przez siebie, utwór (wygenerowany dla ciebie kod zamówienia należy wpisać w SMS i przesłać pod numer 7425).

POMOC SMS POD NUMEREM 2025

Komenda SMS przesłana na 2025	Informacje jakie uzyskasz
?	Podstawowe informacje o systemie pomocy
??	Jak zamówić Dźwiękówkę
???	Określenie czasu dostarczenia Dźwiękówki
?litera	Lista okazji zaczynających się na podaną literę
?kategoria	Lista najpopularniejszych kategorii

[1] Nadawcami „Dźwiękówek" mogą być Abonenci sieci Idea (wszystkie plany taryfowe Idea i Idea POP).
[2] Odbiorcami "Dźwiękówek" mogą być Abonenci sieci Idea, a także Plus GSM i Era.
[3] Długość nagrania jest ograniczona 30 sek. – Idea,; 15 sek. – inni operatorzy.

MTV Ringtones

PAWEŁ WACŁAWSKI

Od lutego br., korzystając z usługi MTV Ringtones, można wysyłać do przyjaciół i znajomych prezent – w postaci melodyjki. Aby wysłać do kogoś wybraną melodię, wystarczy wpisać w SMS **KOD** melodyjki, a po spacji wpisać numer telefonu: +48 xxx xxx xxx i wysłać pod numer **7468** (4 zł+VAT).

Przykład: Aby wysłać logo lub melodię o KODZIE 101327 dla numeru +48501123456, wiadomość powinna mieć format:

101327 +48501123456*

* odbiorca musi posiadać przystosowany do odbioru melodyjki telefon z aktywacją Idea lub POP.

	Artysta	Utwór	Kod
1	R. Williams and N. Kidman	Something Stupid	NKSOMSTU
2	Anastacia	Paid My Dues	NKPAIDMY
3	Enrique Iglesias	Hero	NKHERO
4	Kylie Minogue	Can't Get You Out Of My Head	NKCANTGETU
5	Jennifer Lopez	I'm Real	NKIMREAL
6	Westlife	Queen Of My Heart	NKQUEEN
7	Destiny's Child	Emotion	NKEMOTION
8	Janet Jackson	Sun Of A Gun Remix	NKGUNREMIX
9	Nickleback	How You Remind Me	NKWHOIREALY
10	Lenny Kravitz	Dig In	NKDIGIN
11	Alicia Keys	Fallin	NKAKFALLIN
12	Britney Spears	I'm a Slave 4 U	NKSLAVE4U
13	Backstreet Boys	Drowning	NKDROWNIN
14	U2	Walk On	NKWALKON
15	Linkin Park	In The End	NKINTHEEND
16	No	Rapture	NKRAPTURE
17	Dandy Warhols	Bohemian Like You	NKBOHEMIAN
18	Riva feat. D. Minogue	Who Do You Love Now ?	NKWHODOUL
19	Michael Jackson	You rock my world	NKMYWORLD
20	Jamiroquai	You Give Me Something	NKSOMETHIN

„POKER A'LA CARTE"

To doskonała zabawa dla wszystkich, którzy lubią gry karciane, szczególnie pokera lub znajdują przyjemność w układaniu pasjansów. Gra ta bowiem jest odmianą pasjansa – polega na zbieraniu układów pokerowych i rozwija umiejętność przewidywania.

Gracz otrzymuje 4 karty zakryte, które otwierają kolumny. Karty te stanowią dla gracza „dodatkową szansę" i zostaną odkryte po ułożeniu wszystkich kolumn. Zadaniem gracza jest ułożenie w każdej kolumnie układu pokerowego, np. pary, trójki, karety itp. Im wyższy układ pokerowy uda mu się ułożyć w danej kolumnie, tym większą liczbę punktów uzyska. W trakcie rozgrywki gracz dobiera po jednej karcie, którą dokłada do wybranej przez siebie kolumny tak, aby karty były dokładane do kolumn równomiernie. Po otrzymaniu zakrytych kart, gracz dobiera karty odkryte i umieszcza je w kolumnach, w każdej po jednej karcie odkrytej. Gdy we wszystkich kolumnach znajduje się już jedna odkryta karta, dokłada do niej drugą i tak dalej.

Po ułożeniu przez gracza 5. kart odkrytych w każdej kolumnie, odsłaniane są karty zakryte i następuje zliczenie punktów. Do punktacji wchodzi najwyższy uzyskany układ w danej kolumnie. Jeśli np. w kolumnie ułożony jest z kart odkrytych *full house*: trzy dziewiątki i dwie damy, a kartą zakrytą jest dziewiątka, to najwyżej punktowanym układem w tej kolumnie jest kareta dziewiątek i za nią przyznawane są graczowi punkty. Suma punktów uzyskanych we wszystkich kolumnach daje liczbę punktów, zdobytych przez gracza w danym rozdaniu.

Rozgrywka poprzez WAP

Gra „Poker a`la Carte" dostępna jest w portalu WAP IDEA w zakładce Rozrywka i Gry.

Gra za pomocą interfejsu WAP, odbywa się poprzez wybieranie odpowiednich jej opcji, pojawiających się na ekranie.



Menu startowe zawiera trzy opcje:
- Graj!
- Menu
- Koniec gry

Służą one odpowiednio do: rozpoczęcia rozgrywki, przejścia do menu, w którym można ustawić opcje gry (imiona gracza, hasła, status) oraz przejścia do strony głównej Gry.



Menu gry zawiera następujące pozycje:
- Graj!
- Status
- Najlepsi
- Zmień imię
- Zmień hasło
- Pomoc
- Koniec gry

Opcje ***Pomoc*** i ***Koniec gry*** służą odpowiednio do: przywołania na ekran pomocy oraz przejścia do strony głównej Gry. Odnośnik ***Zmień imię*** i ***Zmień hasło*** służy, zgodnie z treścią etykiety, do zmiany imion i hasła. Hasło służy do ustawienia hasła, którego używa się do autoryzacji zmian w grze, wprowadzanych przez gracza za pośrednictwem stron www. W odnośniku ***Najlepsi***, uzyskujemy informację dotyczącą 10 najlepszych graczy. W opcji ***Pomoc***, możemy się dowiedzieć czegoś więcej o zasadach gry wraz z przykładami. Odnośnik ***Koniec gry*** służy do przywołania na ekran przejścia do strony głównej gry, co wiąże się z zakończeniem gry.

Status, umożliwia odczytanie bieżących parametrów gracza, a w szczególności ogólnej liczby zdobytych punktów oraz liczby ułożonych pokerów.



Przykład:

Otrzymane karty: 2 kier, 10 trefl, dama pik, 6 kier, 10 karo – ułożone jako pierwsze karty w kolumnach 1 do 5. Gracz dobiera 6 karo i musi ją dołożyć do wybranej przez siebie kolumny np.:

a) może ją dołożyć do kolumny 4 (6 kier), uzyskując w tej kolumnie parę i licząc na wyższy układ tj. dwie pary, trójka, full, kareta.

b) może ją dołożyć do kolumny 5 (10 karo), licząc na zebranie w tej kolumnie koloru lub strita.

W każdej kolumnie gracz może umieścić maksymalnie 5 kart. Po dobraniu przez gracza 5. kart do każdej z 5. kolumn, następuje zamknięcie rozdania i zliczenie uzyskanych punktów. W trakcie zliczania punktów każda kolumna jest traktowana jak osobna „ręka" pokerowa. Suma punktów uzyskanych we wszystkich kolumnach (rękach) stanowi wynik rozgrywki.





Więcej informacji oraz ranking graczy można znaleźć na stronie: **www.gry.pulsar.com.pl**.

Gra „Słowa i Słówka" jest grą logiczną, rozgrywaną poprzez interfejs WAP. Jest to doskonała zabawa rozwijająca pamięć, refleks, umiejętność kojarzenia oraz wzbogacająca słownictwo.

„SŁOWA i SŁÓWKA"

Istotą gry jest układanie wyrazów z liter otrzymywanych za pośrednictwem WAP-a. Punktowana jest długość ułożonego słowa – im dłuższe, tym więcej zdobytych punktów. Dodatkowym utrudnieniem jest konieczność „zaszyfrowania" odpowiedzi! Każdej literce odpowiada cyfra. Ułożone słowo należy podać za pomocą tych cyfr.

Zasada rozgrywki jest prosta. Z dziewięciu wylosowanych przez komputer liter, należy ułożyć możliwie najdłuższy rzeczownik (w pierwszym przypadku liczby pojedynczej w języku polskim). System losuje słowo 9. literowe ze słownika, po czym, przestawia się w nim literki, a następnie wysyła do Gracza, który jako odpowiedź ma podać ciąg cyfr odpowiadających literkom. Za ułożenie słowa otrzymuje punkty – tyle, ile liter liczy ułożony poprawnie wyraz. Odpowiedź trzeba podać w ciągu 60. sekund, potem można spróbować z innym zestawem liter.

Rozgrywka poprzez WAP

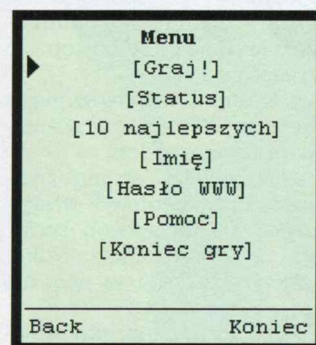
Gra „Słowa i Słówka", dostępna jest w portalu WAP IDEA w zakładce Rozrywka i Gry. Gra za pomocą interfejsu WAP odbywa się poprzez wybieranie odpowiednich opcji pojawiających się na ekranie.



Menu startowe zawiera trzy opcje:

- Graj!
- Menu
- Koniec gry

Służą one odpowiednio do: rozpoczęcia rozgrywki, przejścia do menu, w którym można ustawić opcje gry (imiona gracza, hasła, statusu) oraz przejścia do strony głównej Gry.

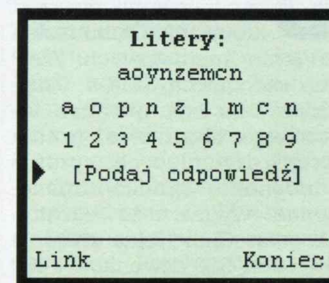


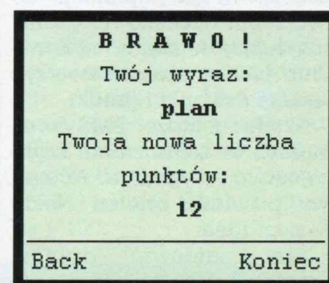
Menu opcji zawiera pozycje:

- Graj!
- Status
- 10 najlepszych
- Imię
- Hasło WWW
- Pomoc
- Koniec gry

Opcje ***Pomoc*** i ***Koniec gry*** służą odpowiednio do: przywołania ekranu pomocy oraz przejścia do strony głównej Gry. Odnośnik ***Imię*** i ***Hasło www*** służą, zgodnie z treścią etykiety, do zmiany imion i hasła **www**. ***Hasło*** służy do ustawienia hasła, które używa się do autoryzacji zmian w grze, wprowadzanych przez gracza za pośrednictwem stron **www**. ***Status*** umożliwia odczytanie bieżących parametrów gracza, czyli ***Imię*** i ***Punkty***. W odnośniku ***10 najlepszych*** uzyskujemy informację dotyczącą 10. najlepszych graczy w grze „Słowa i Słówka". W opcji ***Pomoc***, możemy się dowiedzieć czegoś więcej o zasadach gry wraz z przykładami. Odnośnik ***Koniec gry*** służy do przywołania ekranu przejścia do strony głównej gry, co wiąże się z zakończeniem gry.

Przykład:





Po rozpoczęciu gry, dostajemy do dyspozycji dziewięć losowo wybranych liter. Zadaniem gracza jest w ciągu 60. sekund ułożyć z liter wyraz (rzeczownik w pierwszym przypadku liczby pojedynczej w języku polskim). Pod każdą z liter znajduje się cyfra. To dzięki odpowiedniej kombinacji cyfr, podajemy odpowiedź, w tym przypadku np. 3619 czyli plan.

Po oddaniu prawidłowej odpowiedzi, gracz dostaje komunikat o całkowitej liczbie punktów. Następnie gracz dostaje nowy zbiór liter.

Więcej informacji oraz ranking graczy można znaleźć na stronie: **www.gry.pulsar.com.pl**.

BE&W

SUPER dzwonki i grafiki w Club Nokia

– teraz ściągniesz je szybko, łatwo i wygodnie

Sieć Idea we współpracy z Nokia Mobile Phones udostępniła, jako pierwsza sieć w Polsce, usługi oferowane przez Club Nokia. W serwisie można znaleźć pełną gamę usług obsługiwanych przez wszystkie rodzaje telefonów Nokia.

Paweł Wacławski

Dodaj kolorów swemu życiu i ściągnij dzwonki lub grafiki Clubu Nokia ze stron internetowych, WAP lub za pomocą SMS-a. Znajdziesz tam loga operatora, informacje obrazkowe, grafiki grup dzwoniących, profile (dzwonek + grafika), animowane wygaszacze ekranu. W bazie Club Nokia znajduje się około 500 dzwonków i 400 grafik o najwyższej jakości. Co więcej, dzięki aplikacji do tworzenia dźwięków i grafik, znajdujących się w witrynie Club Nokia, możesz tworzyć własne dzwonki i grafiki.

Dzięki usłudze SMS-owej, możesz to teraz zrobić szybko, łatwo i wygodnie. Wystarczy posiadać telefon Nokia w sieci Idea.

Aby zamówić dźwięki dzwonka, grafikę oraz profile bezpośrednio ze swojego telefonu, należy wysłać do Club Nokia wiadomość SMS, zawierającą specjalny kod. Instrukcja postępowania jest następująca:



1. Wejdź na witrynę internetową Club Nokia: www.nokia.com.pl

2. Kliknij w opcję „Dźwięki i grafiki" – po chwili menu sekcji rozwinie się automatycznie dając Ci dostęp do wybranych usług.

3. Następnie kliknij w menu „Instrukcje", a dalej w „Zamawianie przez telefon".

4. Na kolejnej stronie znajdziesz szczegółowe wskazówki, w jaki sposób korzystać z usług Club Nokia (więcej informacji w witrynie Club Nokia).

5. Wybierz interesującą Cię usługę (dźwięk dzwonka lub grafikę) i odczytaj jej nazwę kodową. Nazwy kodowe dźwięków dzwonka, grafiki oraz profili znajdują się w wynikach wyszukiwania, po tytułach piosenek/utworów.

6. Jeżeli chcesz np. zamówić dźwięk dzwonka o nazwie „Wielki walc", wpisz komendę POBIERZ oraz nazwę kodową dźwięku dzwonka: POBIERZ WIELKIWALC.

7. Wyślij wiadomość SMS o treści „POBIERZ WIELKIWALC" pod numer **7333**.

8. Po odebraniu wiadomości zawierającej zamówiony dźwięk dzwonka, grafikę lub profil, zastosuj się do instrukcji pojawiających się w telefonie (np. zobaczysz komendę: zapisz) lub zajrzyj do instrukcji obsługi telefonu, by uzyskać więcej informacji.

9. Koszt dźwięku dzwonka, grafiki lub profilu będzie doliczony do Twojego rachunku za telefon, razem z opłatą za wysłanie wiadomości SMS. Wysokość opłaty za poszczególne usługi znajdziesz w witrynie Club Nokia.

10. Przed wykonaniem zamówienia przez telefon sprawdź w naszej tabeli zgodności, czy zamawiana pozycja jest obsługiwana przez dany model telefonu oraz przez Twojego operatora. Tabelę zgodności odnajdziesz w witrynie Club Nokia (www.club.nokia.com.pl).

11. Zanim zamówisz usługę, możesz skorzystać z innych komend ułatwiających korzystanie z naszych cyfrowych dodatków, np. komenda „PORADA" dostarcza informacji o korzystaniu z usługi zamawiania przez telefon, a polecenie „SPIS" podaje listy dźwięków dzwonka, znaków wywołania grupy, logo operatora, wiadomości graficznych oraz profili z bazy danych Club Nokia. Komendy tej można też użyć do wyszukiwania określonych pozycji z katalogu. Pełną listę dostępnych komend znajdziesz w witrynie Club Nokia (www.club.nokia.com.pl).

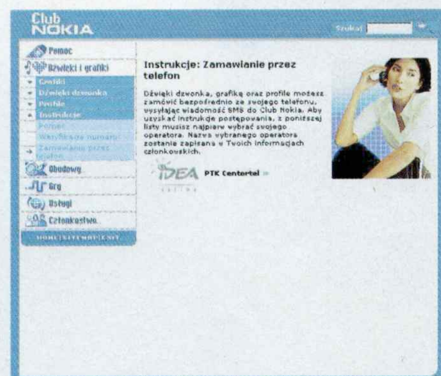
12. Pamiętaj, że przy wpisywaniu wiadomości SMS należy oddzielić spacją poszczególne jej elementy. Słowa kluczowe nie mogą zawierać spacji. Na przykład, „Czerwona planeta" – należy wpisać jako „czerwonaplaneta".

13. W przypadku wszelkich pytań lub niejasności zawsze możesz zapytać naszych ekspertów z Club Nokia Careline – w tym celu kliknij w „Zapytaj Nokia" i prześlij nam swoje pytanie e-mailem.

Zapraszamy do odwiedzenia witryny Club Nokia (www.club.nokia.com.pl) i skorzystania z oferty. Miłej zabawy!

Artykuł powstał na podstawie materiałów dostarczonych przez Nokia Mobile Phones.







W tym miesiącu przedstawiamy Państwu kolejnego operatora należącego do Grupy Kapitałowej Orange – MobilRom z Rumunii. Działa on od 1997 r., wykorzystując częstotliwość GSM900 MHz i obejmuje swoim zasięgiem 95% populacji kraju. Ciągle unowocześnia swoją sieć i usługi. Operator MobilRom jest partnerem Idei w Rumunii.

MobilRom

Agnieszka Bilska

KRAJ	RUMUNIA
OPERATOR	**MOBILROM – DIALOG**
Typ sieci	GSM900
Kod sieci	22610
Nazwa na wyświetlaczu	Dialog
Tel. BOK (kom.)	411
Tel. BOK (międzynarodowy)	+401 1 203 30 30
Rozmowy do Polski (w szczycie)	6,41
Rozmowy do Polski (poza szczytem)	5,67
SMS (wychodzący)	0,39

W 1996 r. firma France Telecom (dzisiaj jedna z najpotężniejszych firm telekomunikacyjnych na świecie, należąca do grupy Orange), zainwestowała w licencję GSM900 w Rumunii. Francuskiej sieci przypadło 51% udziałów w MobilRomie, resztę posiadają firmy teleinformatyczne i telekomunikacyjne. Rumuńska sieć MobilRom rozpoczęła działalność w 1997 r. Początkowo obejmowała swoim zasięgiem tylko kilka największych miast w kraju i 23% populacji. W ciągu czterech lat sieć ewoluowała i stale powiększała bazę abonencką. Dziś z usług operatora MobilRom korzysta ponad 1,7 mln miekszańców kraju. Ok. 60% tej bazy klientów stanowią użytkownicy kart pre-paid. MobilRom, jako pierwszy operator w Rumunii, stworzył ofertę pre-paid dla swoich abonentów. Wraz z powiększaniem bazy klientów zwiększał się zasięg sieci na terenie kraju. Dzisiaj MobilRom obejmuje zasięgiem 95% populacji. Sukces ten stworzył możliwość rozwoju sieci oraz nowych serwisów i usług.

Usługi i serwisy

Dla abonentów sieci zagranicznych, którzy przebywają w Rumunii, operator MobilRom oferuje usługę „Info Util". Dzwoniąc ze swojego aparatu komórkowego pod numer 311, możma uzyskać informacje o hotelach, transporcie, aktualnych imprezach kulturalnych, pomocy medycznej, pogodzie, sporcie a także uzyskać adresy i numery telefonów wybranych firm i instytucji. Dzwoniąc pod numer 322, abonenci łączą się z ekonomicznym serwisem, który dostarcza informacji na temat kursów walut, giełdy, a także najświeższych wiadomości politycznych i ekonomicznych.

Podczas pobytu w Rumunii Abonenci Idei mogą, korzystać także z internetu, WAP, oraz numerów skróconych do poczty głosowej (*501) i Biura Obsługi Klienta (*22).

POLECENIE ZAPŁATY

W listopadowym numerze miesięcznika „PROFIL" z ub. r., zachęcaliśmy Państwa do korzystania z bezgotówkowych form dokonywania płatności za usługi. Artykuł wzbudził tak żywe zainteresowanie, że postanowiliśmy wrócić do tego tematu. Zacznijmy od Polecenia zapłaty, określanego często, miłym dla ucha skrótem DD (od angielskiego Direct Debit).

ANNA SOBIESZCZAŃSKA

Czas to pieniądz...

Płatność za usługi telekomunikacyjne w drodze *Polecenia zapłaty* polecamy wszystkim Abonentom. Ta forma płatności powinna wzbudzić zainteresowanie zwłaszcza tych z Państwa, którzy lubią atrakcyjne nowinki, ale też cenią sobie swój czas... I to nie tylko czas spędzony w kolejkach do kas.

Jeżeli wybierzecie Państwo tę formę płatności – **Wasze pieniądze**, zgromadzone na koncie w banku, **będą pracowały dla Was tak długo**, jak to tylko jest możliwe. A my – działając z Państwa upoważnienia – dopilnujemy, nie pobierając z tego tytułu żadnej opłaty manipulacyjnej, aby faktura zawsze była zapłacona w terminie.

✔ Cała tajemnica tkwi w tym, że usługa – realizowana elektronicznie – jest uruchamiana automatycznie **w ostatnim dniu, wyznaczonego na fakturze, terminu płatności**. Jeżeli ostatni dzień terminu płatności przypada na dzień ustawowo wolny od pracy, wówczas termin płatności przesuwa się na pierwszy, następujący po nim, dzień roboczy.

✔ Dodatkowo, macie Państwo praktyczną **możliwość kontroli** każdej transakcji **przed jej realizacją**, gdyż oryginał faktury za nasze usługi będzie docierał do Państwa tak samo, jak dotychczas.

✔ I jeszcze jedno: *Polecenie zapłaty*, jak żadna inna, ze znanych dotychczas, form płatności, pozwoli Państwu na decydowanie o swoich pieniądzach także po dokonaniu transakcji, przez zapewnienie możliwości jej odwołania[1].

✔ **...i dodatkowe punkty PROFIT!** Za pierwszą płatność, zrealizowaną za pomocą *Polecenia zapłaty*, otrzymacie Państwo premię specjalną w wysokości 550. punktów. Każda następna to 50 dodatkowych punktów. A wszystko do ponownego wydania...

Kto może skorzystać z naszej oferty?

Każdy Abonent. W lepszej sytuacji są Abonenci już posiadający konto w banku, który podpisał porozumienie międzybankowe, dotyczące DD. Pozostali muszą najpierw je założyć[2].

Dalsze postępowanie jest wspólne dla wszystkich Abonentów. A skoro decyzja została podjęta, postaramy się teraz doprowadzić Państwa, krok po kroku, do oczekiwanego rezultatu.

Skąd można otrzymać upoważnienie?

✔ Przede wszystkim zachęcamy do odwiedzenia naszej strony internetowej www.idea.pl. W zakładce *Formy płatności*, znajdują się wszystkie niezbędne informacje, dotyczące uruchomienia usługi DD, wraz z formularzem upoważnienia i wzorem jego wypełnienia, a także wykaz banków obsługujących *Polecenie zapłaty*.

✔ Ci z Państwa, którym bardziej odpowiada zlecenie nam tej operacji, wszelkiej pomocy w załatwieniu sprawy mogą oczekiwać w Pionie Obsługi Klienta[3]. Telefonicznie, pisemnie lub w inny, najwygodniejszy dla zgłaszającego, sposób można poinformować pracowników Pionu Obsługi Klienta o chęci skorzystania z nowej formy opłacania faktur za usługi. Po kilku dniach – zwykle trwa to około tygodnia – otrzymacie Państwo pocztą ulotkę zawierającą wykaz banków, które świadczą usługę *Polecenie zapłaty* oraz częściowo wypełniony formularz upoważnienia.

✔ Na tych z Państwa, którzy lubią załatwiać sprawy w osobistym kontakcie z ludźmi, wykazy banków wraz z czystymi formularzami upoważnienia czekają w naszych salonach firmowych lub w biurach obsługi posprzedażnej. Nasi pracownicy udzielą Państwu wszelkich wyjaśnień, a w razie potrzeby są gotowi do pomocy w wypełnieniu formularza i przekazaniu go do Pionu Obsługi Klienta.

Co warto sprawdzić w swoim banku?

Przed wypełnieniem upoważnienia należy się upewnić, czy oddział banku, w którym macie Państwo rachunek, jest przygotowany do obsługi tego rodzaju zleceń. Bywa i tak, chociaż coraz rzadziej, że centrala banku deklaruje gotowość świadczenia usługi *Polecenia zapłaty*, ale mały oddział nie ma technicznej możliwości jej realizacji.

Jak wypełnić upoważnienie?

Po pierwsze, należy wypełnić oba odcinki upoważnienia. Ci z Państwa, którzy zamówili formularze za pośrednictwem Pio-

Wzór wypełnienia druku upoważnienia

UPOWAŻNIENIE

Niniejszym upoważniam

PTK Centertel Sp. z o.o.
01-230 Warszawa ul. Skierniewicka 10 A

Identyfikator wierzyciela (NIP): 5 2 7 0 2 0 6 8 7 2

do obciążania wskazanego poniżej rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty, kwotami wynikającymi z moich zobowiązań w umownych terminach zapłaty, zgodnie z przesyłanymi mi fakturami/rachunkami

ANNA NOWAK UL. POLNA 15 M. 8 00-950 WARSZAWA
Nazwa i dokładny adres dłużnika

1 2 3 4 5 6 7 8 - 1 2 3 4 5 6 - 1 2 3 - 1 2
Numer rachunku bankowego dłużnika

BANK PEKAO S.A. I O/WARSZAWA
Nazwa banku prowadzącego rachunek bankowy dłużnika

Identyfikator płatności (nr konta abonenta): 1 . 6 5 4 3 2 1

Numer telefonu abonenta: 5 0 9 1 2 3 4 5 6

Niniejszy dokument stanowi jednocześnie upoważnienie dla wskazanego powyżej banku do obciążania mojego rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty z tytułu moich zobowiązań wobec ww. wierzyciela.
Odwołanie upoważnienia wymaga formy pisemnej, pod rygorem nieważności.

WARSZAWA, 18/12/2001
(miejsce i data)

A. Nowak
(podpis dłużnika - posiadacza rachunku bankowego)

otrzymuje wierzyciel

Numer konta abonenta znajduje się w lewym, górnym rogu faktury

Podpis zgodny ze wzorem podpisu złożonym w Banku (karta wzorów podpisu)

nu Obsługi Klienta musza wypełnić tylko dwa pola:

- ✔ numer rachunku bankowego dłużnika[4],
- ✔ nazwa banku prowadzącego rachunek bankowy dłużnika.

Na formularzach, pochodzących z innych źródeł, należy dodatkowo wypełnić pola opisane jako:

- ✔ nazwa i dokładny adres dłużnika,
- ✔ identyfikator płatności, (numer konta Abonenta[5]),
- ✔ numer telefonu Abonenta.

Po drugie, w przypadku gdy dane właściciela rachunku bankowego będą niezgodne z danymi właściciela telefonu, widniejącymi na umowie o świadczenie usług telekomunikacyjnych, możecie Państwo spodziewać się dodatkowych pytań od naszego konsultanta, w celu wyjaśnienia wszystkich wątpliwości. Radzimy też sprawdzić w swoim banku, czy ta niezgodność nie będzie źródłem problemów z realizacją przez bank przyszłych płatności.

Po trzecie, podpisując upoważnienie należy pamiętać, aby złożyć podpis dokładnie taki sam, jaki widnieje na karcie wzoru podpisu w Państwa banku. Każda wątpliwość spowoduje odrzucenie wniosku przez bank, w trosce o bezpieczeństwo Państwa pieniędzy.

Gdzie można złożyć zlecenie?

Wypełnione i podpisane dwa egzemplarze upoważnienia można złożyć w każdym naszym salonie lub biurze obsługi posprzedażnej, albo przesłać pocztą do PTK Centertel Sp. z o.o., adresując je w sposób następujący:

PTK Centertel Sp. z o.o.
Sekcja Korespondencji
w POK
„Polecenie Zapłaty"
ul. Skierniewicka 10a
01-230 Warszawa

Nie należy osobiście składać żadnych dyspozycji w swoim banku. O to zadbają już nasi pracownicy.



BE&W

Skąd się dowiemy, że zlecenie zrealizowano?

Kolejno z dwóch różnych źródeł:

✔ po około 14. dniach od chwili otrzymania upoważnienia przez PTK Centertel Sp. z o.o. wyślemy do Państwa SMS następującej treści: <Potwierdzamy uruchomienie formy płatności „polecenie zapłaty" w dniu [data aktywacji usługi]>.

✔na pierwszej fakturze, otrzymanej po tym SMS-ie, pod tekstem *Termin zapłaty do DD.MM.RR* pojawi się adnotacja: Polecenie zapłaty.

O czym należy zawsze pamiętać?

Polecenie zapłaty działa automatycznie **tylko do wysokości zgromadzonych na Państwa rachunku bankowym środków**. O tym, jaką kwotą bank obciąży Wasze konto w terminie realizacji usługi, dowiecie się Państwo zawsze już 2 tygodnie wcześniej, z otrzymanej – jak dotychczas – faktury.

✔ Państwa jedyną troską powinno być zapewnienie wystarczających środków na koncie w dniu realizacji płatności. Jeżeli środków na koncie będzie zbyt mało, transakcja zostanie odrzucona. Sytuację może wówczas uratować tylko szybkie uzupełnienie przez Państwa stanu konta, gdyż – dla wygody Państwa – ponawiamy próbę następnego dnia.

✔ Aby uniknąć w przyszłości powstawania takich sytuacji, gotowi jesteśmy – na Państwa uzasadnione życzenie – tak zmienić okres rozliczeniowy, aby termin płatności faktury przypadał na dzień miesiąca, w którym na Państwa koncie zawsze będzie dostateczna ilość środków, by pokryć zobowiązania wynikające z korzystania z naszych usług.

Gdy coś nadal pozostaje niejasne lub czujecie Państwo niedosyt informacji...

Nie ma problemu, całą dobę przez 7 dni w tygodniu i 52 tygodnie w roku, na Państwa zgłoszenia, pod bezpłatnym (dla osób dzwoniących z telefonu komórkowego w naszej sieci) numerem *22, czekają kompetentni konsultanci, gotowi rozwiać wszelkie wątpliwości.

* * *

A jeżeli wszystkie wątpliwości już znikną, wówczas – na co bardzo liczymy – pójdziemy wspólnie w ślady wielu mieszkańców Unii Europejskiej, w której ponad połowa comiesięcznych rachunków regulowana jest w drodze *Polecenia zapłaty*.

1 W przypadku osób fizycznych może to nastąpić w ciągu 30. dni kalendarzowych, dla osób prawnych okres ten jest krótszy i wynosi 5 dni roboczych.
2 Jest to warunek konieczny korzystania z usługi DD.
3 fax: /0-22/ 588-78-83, telefonicznie w Call Center /0-22/ 634-28-82, *22 lub *525 (dla Abonentów oferty Meritum), E-mail: BOK@centertel.pl
4 W języku potocznym – chodzi tu o osobę lub firmę korzystającą z usług telekomunikacyjnych na podstawie umowy zawartej z PTK Centertel Sp. z o.o.
5 Znajdziecie go Państwo na fakturach, upoważnienie dotyczy tylko tego jednego konta. Jeżeli macie Państwo więcej niż jedno konto i chcecie wszystkie płatności regulować w drodze *Polecenia zapłaty*, wówczas dla każdego konta abonenckiego należy wypełnić osobne upoważnienie.

Ocalone od zapomnienia

W ocalałych cudem lub pieczołowicie odrestaurowanych siedzibach szlacheckich rodów, wciąż unosi się tamta atmosfera. Nie udało się wymazać wspomnień i tęsknot ani człowiekowi ani historii, ani upływającym latom. W takich miejscach zawsze skrzypią schody i drzwi, trzaskają okiennice, sapią piece i krząta się służba. Nawet, jeśli pamięć o czyimś domu przetrwała tylko w dokumentach. Oczami wyobraźni bez trudu można zobaczyć, jak przy stole w jadalni zasiada rodzina, ktoś wieczorem gra na fortepianie, ktoś inny wybiera się na konną przejażdżkę. A spacerując po starych parkach, można usłyszeć zachęcające „Gościu, siądź pod mym liściem, a odpocznij sobie...”

GRAŻYNA ZENOWICZ

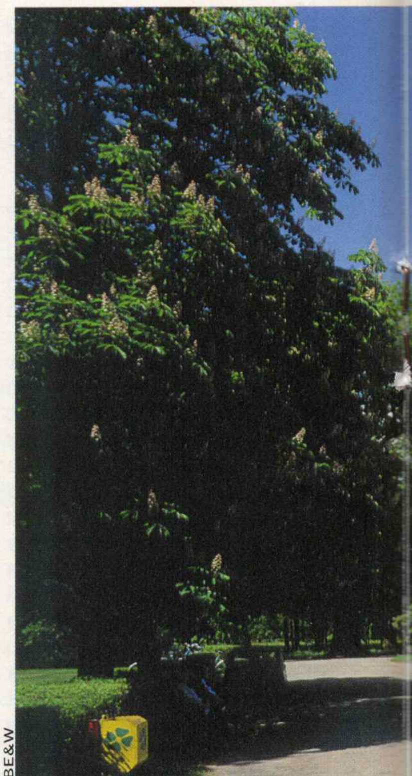

BE&W

Niewiele jest rzeczy na świecie, które równie mocno potrafią przywołać nastrój sprzed lat i wzbudzić niewytłumaczalną tęsknotę... Za czym? Za tamtym stylem życia, elegancją, którą dzisiaj niewiele miejsc i osób potrafi odtworzyć, rozmowami przy stole, zapachem, który wpada przez okno z pobliskiego ogrodu lub parku. Ta tęsknota prowadzi nie tylko do sklepików ze starociami, gdzie kupuje się ślady przeszłości, nie tylko do książek, opowiadających zapomniane historie, ale także do miejsc, które umiały przetrwać w tym kraju chyba siłą woli i miłością do ziemi. Ale ilu z tych miejsc już nie ma i nigdy nie będzie? Na widok ilu serce pęka z żalu, że można tak zniszczyć i tak zaniedbać własne dziedzictwo? Jaką radość budzi więc każda, uratowana posiadłość, w całym swoim szlachectwie gotowa służyć ludziom.

Madamme, podano do stołu...

Wiele ze starych rezydencji wróciło do dawnej świetności, dzięki możliwości odzyskiwania majątków przez prawowitych właścicieli albo kupowania ich przez miłośników dawnej Polski, zdecydowanych zainwestować w zabytki. Najczęściej, w starej oprawie pojawia się nowe przeznaczenie. Niewiele z tych miejsc pozostaje wyłącznie siedzibą rodzinną. Większość otwiera swoje podwoje dla gości, kusząc atmosferą, bardziej lub mniej kameralną, pamiątkami z przeszłości, koncertami, domową kuchnią, parkowym otoczeniem, nawet... duchami. Dzięki temu, mogą spełniać marzenia „zwykłych” zjadaczy chleba. Żeby choć przez kilka dni, albo nawet kilka godzin, pomieszkać w prawdziwym pałacu albo we dworze. Bez zamykania oczu zobaczyć kogoś, kto siada przy fortepianie, albo wybiera się na konną przejażdżkę. No i krzątającą się służbę, nawet jeśli naprawdę służbą nie jest. Bez specjalnego wyobrażania sobie, usłyszeć skrzypienie schodów, trzaskanie okiennic i sapanie kaflowego pieca. Żeby we własnej osobie i w ulubionym towarzystwie zasiąść przy stole i spożyć niecodzienny posiłek.

Neogotycki pałac w Krześlicach, którego historia rozpoczyna się w latach 60. XIX w., przed


BE&W

kilkoma laty został podniesiony z ruin. W ciepłym, pastelowym wnętrzu organizuje się dzisiaj koncerty, spotkania teatralne, występy wojów piastowskich, przyjęcia towarzyskie.

Pałac w Kobylnikach przypomina budowle, jakie mogą zaistnieć naprawdę tylko w baśniach dla dzieci. Tyle tu łuków, baszt, wieżyczek, schowanych pod dachem tarasów. Pałac taki zamówił sobie onegdaj ordynat Tadeusz Twardowski. Pomieszkując w pałacowym hotelu, warto posłuchać opowieści o ordynacie i jego rodzinie. Podobnie niezwykłe to historie, jak samo miejsce.

„Najpyszniejszy”. To określenie przylgnęło do pałacu w Pawłowicach, który zbudowano dla Maksymiliana Antoniego Mielżyńskiego, pisarza wielkiego koronnego i podkomorzego króla Stanisława Augusta. Rezydencja ta niejednemu ze współczesnych Mielżyńskiemu, solą w oku stanęła. I dziś budzi ona niekłamany zachwyt, szczególnie po przestąpieniu progów sali kolumnowej. Nie może być inaczej, skoro projekt wyszedł spod ręki twórcy Bramy Brandenburskiej – Karola Langhansa, a wnętrza zakomponował znakomity Jan Christian Kamsetzer, ten sam, który rękę przyłożył do świetności warszawskich Łazienek.



W Tucznie, otoczonym lasami i jeziorami, zamek stoi, a w nim twórcy się spotykają, bo to Dom Pracy Twórczej Architekta SARP. Ale zanim taki właściciel nastał, zamek należał do Tuczyńskich (wcześniej Wedlów – przed zmianą nazwiska). Tu również, jak na prawdziwy zamek przystało, hołubi się legendy i stare historie. Jak tę na przykład o damie, która, raniąc ukochanego sokolnika, zamknęła się w zamkowej wieży.

Całkiem niedaleko Warszawy stoi pięknie zachowana, barokowa rezydencja magnacka. Chodzi oczywiście o pałac Radziwiłłów w Nieborowie. Chociaż nie należał on do Radziwiłłów od początku swojego istnienia. Pierwszym właścicielem był bowiem Jan Nieborowski, potem kolejno: Michał Radziejowski, Lubomirscy, Ogińscy, a ostatecznie od 1774 r. Radziwiłłowie. Dzisiaj pałac w Nieborowie odwiedzają turyści, oficjalni goście państwowi, artyści. Aby nacieszyć oko wieloma, zachowanymi pamiątkami z przeszłości: obrazami, meblami, przedmiotami sztuki użytkowej i dekoracyjnej. Aby powdychać zapach woluminów, zgromadzonych w wielkiej bibliotece. Albo, żeby wybrać się na przechadzkę do parku, z najlepiej zachowanym drzewostanem w Polsce.

Do Kadyn, miejscowości, gdzie pociąg zatrzymuje się w ciągu dnia tylko jeden raz, przyjeżdżają goście, by ulec sielskiej atmosferze, podobnie jak niegdyś cesarz Wilhelm II. Wrażenia z pobytu w okolicy musiały mu się wydać tak mocne, że postawił tu swoją letnią rezydencję, a obok fabrykę ceramiki. W 200-letnim spichlerzu przygotowano pokoje dla gości, w stróżówce – apartament, w destylatorni spirytusu – restaurację.

Aby dostać się do pałacu w Rzucewie, trzeba pokonać jedyną w swoim rodzaju drogę – wysadzaną starymi, potężnymi lipami, których korony tak są ze sobą splątane, że tworzą swoisty, zielony korytarz. Architektura pałacu mocno jest osadzona w nurcie „zamek, jak z bajki", z wieżami i wieżyczkami, łukami i blankami. Wnętrzom sprzyja zarówno obecność oryginalnych elementów wystroju: łukowe sklepienia, drewniany, rzeźbiony sufit, sala kominkowa, jak i nowoczesnych udogodnień, np. basenu na dachu.

W zamku Golub-Dobrzyń „straszy" Anna Wazówna, siostra Zygmunta III, która doprowadziła to miejsce do świetności. Otworzyła wrota dla ludzi nauki, w założonym przez siebie ogrodzie hodowała tytoń, a w zamkowej aptece sama przyrządzała lecznicze mieszanki. Dzisiaj do Golubia-Dobrzynia przyjeżdża się na bardzo widowiskowe turnieje rycerskie i konkursy krasomówcze.

Krótka przechadzka

Dwór polski to niewątpliwie zjawisko historyczno–kulturowe. Nie jest to wyłącznie bryła architektoniczna, ale też nieodłączny element określonego stylu życia. Dwór uchodzi za szlachecką rezydencję ziemiańską, dom rodzinny, utrzymywany przede wszystkim z gospodarowania na roli. Uzasadnia to położenie dworów w pobliżu wsi. Miało to swoją ogromną zaletę – możliwość wyjścia na dwór prosto z pokoju i spędzanie, szczególnie latem, sporej części dnia właśnie na zewnątrz. Dwór polski, mimo swej architektonicznej skromności i prostocie, miał podkreślać przynależność rodową i przywiązanie do tradycji, pielęgnowanej od pokoleń. Dwory i dworki przez stulecia kształtowały polski krajobraz. Drewniane, rzadziej murowane, zwykle kryte gontem, pozbawione ozdób, cechujących pałace, ale bardzo szlachetne w swej prostocie.

Niestety, zdecydowanej większości oryginalnych wnętrz dworskich nie sposób już znaleźć. Ich ślady pozostały w dokumentach, opisach, fotografiach i rycinach. A wnętrza te mają swoją własną historię. Rozłożenie w domu poszczególnych pomieszczeń miało cel przede wszystkim praktyczny. W dworach panował raczej symetryczny układ. Ponieważ centralnym miejscem była sień, pozostałe izby „układano" wedle niej, z zachowaniem podziału na część mieszkalno-gospodarczą i odświętną. Sień stanowiła swoistą wizytówkę domu, wiele mogła powiedzieć gościom, przestępującym jego progi. Musiała być obszerna, zdolna pomieścić wiele sprzętów, ozdób, nawet kominków.

Z sieni, najlepiej przez podwójne drzwi, można było przejść do salonu, kolejnego wielkiego pomieszczenia, którego okna wychodziły do ogrodu. Często też z salonu prowadziło wyjście na taras. W pokoju obowiązkowo stał kominek lub kaflowy piec, ściany były kryte tkaninami lub tapetami (w późniejszym okresie malowane), okna przesłonięte, dekoracyjnie drapowanymi, firankami i zasłonami, na podłodze lśniła drewniana posadzka. Salon bywał też gęsto zastawiany meblami, w oszklonych szafach eksponowano gromadzone latami przedmioty, z czasem pojawiły się w nim kwiaty doniczkowe. Obowiązkową ozdobą były lustra i lampy, dzieła sztuki, czasopisma i albumy, do których każdy mógł zajrzeć. No i fortepian. W salonie bowiem nie tylko przyjmowano gości i urządzano przyjęcia. Służył on także domownikom, którzy zbierali się w nim na wspólne wieczory.

Kuchnia musiała być duża, przestronna, świetnie wyposażona we wszelkie kuchenne instrumenta i czysta. Miejsce dla niej wyznaczano w ustronnej części domu, aby inne pomieszczenia nie nasiąkały zapachami. Najważniejszą rolę odgrywało tu palenisko, przykryte żelazną płytą, na której ustawiano naczynia do gotowania potraw. W osobnym miejscu pieczono chleb i ciasta. Aby zawsze mieć pod dostatkiem wody, niezbędnej w miejscu, gdzie przygotowuje się posiłki, ustawiano w kuchni ogromną kadź z odpowiednim zapasem wody. Kolejny, niezbędny sprzęt to duży, czysty stół, na którym

oporządzano produkty. Zapasy żywności przechowywano w spiżarni lub piwnicy.

Posiłki celebrowano w specjalnym pomieszczeniu, zwanym jadalnią lub pokojem stołowym. On również należał do grupy największych w domu. Zwykle nadawano mu kształt prostokąta i ustawiano długie stoły, zdolne ugościć naprawdę liczne grono biesiadników. Przy okazji znajdowało się też miejsce na kredens, w którym przechowywano stołowe zastawy.

Pokoje sypialne, jako pomieszczenia prywatne, lokowano zwykle w odległych częściach domu, np. w alkierzach. Najważniejsze miejsce zajmowało oczywiście łóżko, które swój wygląd uzależniało od stylu, obowiązującego w danej epoce. Do towarzystwa stawiano komódki, skrzynie, toaletki, lampy, wieszano lustra i obrazy. Do czasów, kiedy we dworze pojawiła się łazienka, w sypialni stał również myjnik.

Jeśli gospodarz miał już dość domowego gwaru, albo musiał załatwić ważne, męskie sprawy, mógł schronić się w gabinecie. Miejscu jego niekwestionowanego panowania. Szczególne miejsce wyznaczano gabinetowi już na planie domu – często prowadziło do niego oddzielne wejście, wyłączano go więc z amfilady. Z racji swojego przeznaczenia, gabinet wyposażano w stół (biurko), wygodny fotel, przybory do pisania, lampy dla ochrony oczu. Na dokumenty, papiery i książki nadawały się szafy i szafki. Jeśli wielkość domu na to pozwalała, starano się wygospodarować oddzielne miejsce na książki, czyli na bibliotekę, która stawała się też czytelnią. Księgozbiory, rysunki, mapy zamykano w oszklonych szafach. Często do pomieszczenia wstawiano stół i fotel, w którym można było się zagłębić z dobrą książką w ręku.

To, co najpiękniejsze

Dwór w Dłużewie, położony na Mazowszu, nad Świdrem, został zbudowany w pierwszych dwóch latach poprzedniego stulecia. Należał do Stanisława Dłużewskiego. Projekt budynku wyszedł spod ręki Jana Heuricha i nawiązywał do klasycyzmu osiemnastowiecznego. Projekt ten został nawet nagrodzony wyróżnieniem na wystawie „Dwór polski”, która odbyła się w 1904 r. w Warszawie.

W 1935 r., po śmierci Stanisława, siedziba pozostała w rękach jego córek – Wandy Rzewuskiej i Zofii Kańskiej. Dwa lata później, jedyną właścicielką, po spłacie siostry, została ta ostatnia. Po wojnie dwór przeszedł na łaskę państwa. Najpierw wprowadzono na dworskie pokoje szkołę podstawową, później przekazano warszawskiej Akademii Sztuk Pięknych i uczyniono z dłużewskiego dworu dom pracy twórczej, gdzie organizuje się spotkania plenerowe dla artystów i studentów. Pod ich nieobecność można rozkoszować się sielską atmosferą, zażywać spacerów po pięknym, doskonale utrzymanym parku albo dla odmiany skorzystać z pracowni malarskiej i pieca do wypalania ceramiki. Przyjeżdżających do Dłużewa wita kamienna postać kobiety, która, jakby od niechcenia, przystanęła i wsparła się o latarnię. Doskonała kuchnia, która wielce życzliwa jest również wegetarianom, stanowi dodatkową zachętę.

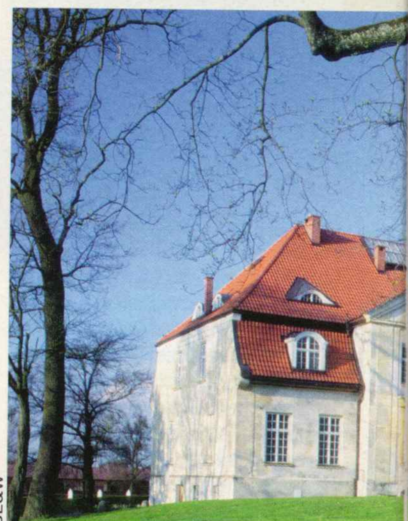

BE&W

Dwór w Krojantach to dziewiętnastowieczny, neogotycki budynek, położony w Zaborskim Parku Krajobrazowym, na skraju Borów Tucholskich, nieopodal jeziora Charzykowskiego.

W tym zabytkowym miejscu mieści się dzisiaj prywatna klinika rehabilitacyjna. Przyjeżdżają tu goście ze specyficznymi schorzeniami narządów ruchu, kręgosłupa, na kuracje odchudzające i odnowę biologiczną. Łączą więc przyjemne z pożytecznym. Do niekwestionowanych przyjemności należą spacery po ogromnym, 20-hektarowym parku ze starodrzewiem, wycieczki rowerowe, jazda konna czy żeglowanie. No i oczywiście domowa kuchnia, serwowana w iście ziemiańskim stylu.

Dwór w Koszutach stoi w Wielkopolsce. Jest to duży, rozległy dom, wsparty na modrzewiowej konstrukcji, zdobiony przez cztery, narożne alkierze, postawione już z cegły. Historia dworu sięga wieku XVI – powstał wtedy w wersji drewnianej. Przebudowany został dwa stulecia później, przez swojego właściciela – Józefa Zabłockiego. Pod koniec wieku XIX zmienił się właściciel dworu. Został nim Napoleon Rekowski. W czasie wojny siedzibę, stosując „prawo” wojenne, zajęła rodzina niemiecka o nazwisku Kottke, po niej zaś przyszły, ciężkie dla siedzib ziemiańskich, czasy w Polsce. Zagościła tu najpierw szkoła, później oddział Muzeum Ziemi Sieradzkiej.

Dwór w Radachówce, położony w dawnym województwie siedleckim, został całkowicie zdewastowany przez żołnierzy radzieckich w ostatnich latach wojny, ale na szczęście udało się go odrestaurować. W początkach wieku posiadłość tę nabył Mieczysław Pfeiffer, a poprzez małżeństwo jego córki znalazła się ona później w rękach rodziny Szlenkierów. Dwór jest drewniany i w zasadzie parterowy (piętro jest tylko w części centralnej), z gankiem i oszkloną werandą. Zachowały się kaflowe piece, niektóre meble, część stolarki. Dwór w Radachówce, ze swoim niepowtarzalnym nastrojem drewnianego domu, obrośniętego dzikim winem, tonącego w kwiatach pojawił się nawet na ekranach. Przed laty „zagrał” u Andrzeja Wajdy, w filmie „Panny z Wilka”, opartym na noweli Jarosława Iwaszkiewicza.


BE&W

Grabowy Dwór w Rynkówce to w zasadzie dziewiętnastowieczny pałac, chociaż jego historia sięga aż wieku XV. Stoi, schowany, w Borach Tucholskich. Dzisiaj mieści się tu pensjonat, odwiedzany przez osoby, szukające kameralnej, rodzinnej


BE&W

atmosfery, z dala od własnego domu. Tym bardziej , że chociaż przez chwilę można pomieszkać w stylowych wnętrzach, pospacerować po czterohektarowym parku, przycupnąć pod jedną z lip albo nad brzegiem stawu. Można też pójść dalej – nad, ukryte w lesie, jezioro Radocierz, poleżeć na prywatnej plaży, popływać na desce lub starą łodzią. Potem wrócić do dworu i delektować się specjałami domowej kuchni.

Jeden z najpiękniejszych dworów, zbudowanych na Mazowszu, to Dwór w Tułowicach. Stoi on niedaleko Żelazowej Woli. Jest to doskonały przykład,



z jaką pieczołowitością i dbałością o szczegóły, a więc z szacunkiem dla historii, można ocalić zabytek. Pozostaje to oczywiście zasługą obecnego właściciela Tułowic – malarza Andrzeja Novaka-Zemplińskiego, który nabył ten majątek w roku 1980 i przez lata doprowadzał go do stanu obecnej świetności. Wcześniej, od pierwszych lat powojennych, „gospodarzyli" tu po swojemu różni, nieodpowiedzialni lokatorzy. Powstanie dworu datuje się rokiem 1800, co kilka lat zmieniają się jego właściciele. Budynek jest parterowy, z pięterkiem w części środkowej, utrzymany w stylu klasycystycznym, murowany z cegły, z pięknymi, trójkątnymi frontonami, zarówno od strony wejściowej, jak i parkowej. Po 1980 r., obok dworu pojawiła się powozownia, zbudowana wedle wzorów z przełomu XVIII i XIX w.

Stary, liczący ponad sto lat, zarastający dzikim winem stoi dworek w Pentowie, niedaleko Tykocina i Kiermus. Od zawsze zamieszkały przez szlachecką rodzinę, dzisiaj również jest pod dobrą opieką potomka. Nie każde domostwo może poszczycić się równie pięknym i niezwykłym otoczeniem. A mieszkają tu kury, kaczki, pszczoły, bobry i bociany. Te ostatnie założyły na drzewach, rosnących wokół dworku, swoje gniazda i zadomowiły się na dobre. W domu, urządzonym w starym stylu panują iście szlacheckie zwyczaje – odbywają się koncerty muzyki poważnej, dawane przez muzyków, zapraszanych do Pentowa przez gospodarza.

Dwór w Żelazowej Woli kojarzy się każdemu z miejscem narodzin Fryderyka Chopina. Z tego też powodu jest chyba najczęściej i najtłumniej odwiedzaną siedzibą szlachecką w Polsce. Przyciągą ona nie tylko Japończyków, wyjątkowo rozmiłowanych w muzyce Chopina, ale również Amerykanów, Koreańczyków, mieszkańców Tajwanu i Singapuru. Niestety, autentyczne jest w Żelazowej Woli tylko miejsce, na którym stoi dwór. On sam spłonął w 1812 r. Ogień oszczędził oficynę, w której na świat przyszedł wielki kompozytor. Sprzęty zdobiące dom, łącznie z fortepianem to tylko wzory z epoki. Ale atmosfera jest właściwa. Dwór otacza piękny park, pełen starych drzew i pachnących kwiatów. Miejsce wyjątkowe – w którym jeszcze parku można, spacerując alejkami, siedząc na ławce lub trawie, słuchać do upojenia chopinowskich etiud i nokturnów?

Na spotkanie z innym, polskim kompozytorem można pojechać do małej wioski, leżącej pod Tarnowem, o nazwie Kąśna Dolna. Tu właśnie stoi nadal, pochodząca z XIX w. wiejska posiadłość Ignacego Paderewskiego. A w niej fortepian, na którym grywał artysta. To wystarczy, by przyciągnąć melomanów na koncerty dawane w trakcie letnich festiwali i zimowych recitali.

W Bronowicach Małych, nieopodal Krakowa, czeka gości spotkanie z wielką, polską literaturą. To właśnie tutaj, w 1900 r. odbył się ślub Lucjana Rydla i Jadwigi Mikołajczykówny, odnotowany na zawsze w „Weselu" Stanisława Wyspiańskiego. W 1969 r. usytuowano tu Muzeum Młodej Polski.

W Adamowiznie osiadła, znana w Warszawie, lekarska rodzina Chełmońskich. Adam Chełmoński, brat znanego malarza, Józefa, postawił, przeniesiony z Kuklówki mały, drewniany dworek. Było to na początku ubiegłego stulecia. Jego potomek, Mateusz, również lekarz, który poświęcił się całkowicie leczeniu miejscowej ludności, postawił w 1930 r. inny dom, po drugiej stronie rzeczki Mrowy. Był to drewniany, biały dwór, z kamienną podmurówką, użytkowym poddaszem, przykryty wysokim dachem. W domu gromadzono cenne meble i obrazy, o które dziś dba kolejne pokolenie. W Adamowiznie stoi jeszcze jeden dworek, tym razem związany z Zofią Nałkowską, chociaż nie jako jej własność. W czasach, kiedy pisarka bywała tam częstym gościem, w zasadzie domownikiem, bo miała nawet własny pokój, dom ten należał do Zofii i Gustawa Zahrtów. Wybudowano go w latach 30. ubiegłego stulecia.


BE&W

W Woszczycach, niedaleko Katowic, w XVIII w. wzniesiono elegancki, neobarokowy dwór. Otoczony jest parkiem krajobrazowym. W zabytkowych wnętrzach urządzono hotel, w którym dba się o zachowanie osiemnastowiecznego stylu. W piwnicach umieszczono winiarnię, gdzie przy wyśmienitym winie lub nalewce można posłuchać koncertu.

Z modrzewiowych bali zbudowano w XIX w. niewielki dworek, który dzisiaj nosi nazwę Bella Vita. Stoi na wzgórzu, wśród drzew owocowych, w miejscowości Wola Zręczycka. Przyjmuje gości, którzy chcą uciec przed zgiełkiem wielkich miast i w ziemiańskiej atmosferze spędzić choćby weekend.

Aby zobaczyć typową dziewiętnastowieczną siedzibę szlachecką, trzeba odwiedzić dworek Dołęga, położony nad rzeką Uszwicą w tarnowskiem. Urządzono w nim filię Muzeum Okręgowego w Tarnowie. Obecny dwór zachował się od roku 1848, kiedy to stał się siedzibą rodziny Guntherów. Jest budynkiem drewnianym, parterowym, krytym gontem. Zdobi go ganek, wsparty na murowanych słupach. W minionych dawno latach gościł niebylejakie osobistości: Adama Asnyka, Stanisława Wyspiańskiego, Kazimierza Przerwę – Tetmajera. Panowie przyjeżdżali latem, odwiedzić swego przyjaciela Ignacego Maciejowskiego, pisarza znanego pod pseudonimem Sewer. W historii dworu zapisał się także okres wojennej zawieruchy. Właściciele majątku, z wielkim zaangażowaniem wspierali walczących z Niemcami, udzielając im schronienia i organizując pomoc. Po wojnie, ostatnia właścicielka dworu oddała go w ręce państwa.

WIELKA WYSTAWA

Goya i Piranesi

Symbole i wizje



Sponsor główny wystawy - operator sieci IDEA



Ciągle nowe pomysły

Popołudnie przy herbacie

Chwila oddechu przy filiżance aromatycznej herbaty z konfiturą, mleczkiem lub cytryną naprawia nawet najbardziej popsute humory, uprzyjemnia pogawędkę, urozmaica zakupy.

GRAŻYNA ZENOWICZ

Łyk pierwszy. Historia.

Prędzej czy później, ta herbaciana historia pojawia się w dziejach każdego kraju. Ale zaczyna się oczywiście w odległych Chinach. Pierwsze informacje o herbacie pochodzą z III wieku p.n.e., ale używka ta musiała być znana w Azji już wcześniej. Początkowo napój, przyrządzany ze świeżych, zielonych liści traktowany był jak lek lub środek wzmacniający, polecany przez lekarzy na koncentrację i bystrość.

BE&W



Jak na lekarstwo, jego popularność rosła tak szybko, że wkrótce krzewy herbaciane zaczęły porastać pola, zmieniając je w plantacje. Herbatę popijano już nie tylko na dworze cesarskim, ale także w gospodach, tawernach i jadłodajniach. Z czasem, ze zwyczaju przygotowywania, parzenia i podawania herbaty uczyniono prawdziwy ceremoniał.

Z Chin, w towarzystwie buddyjskich mnichów, herbata „zawędrowała" do Japonii. Tu również, ulegając magii nowego napoju, zaczęto zakładać plantacje. Zwyczaj spożywania herbaty związał się mocno ze stylem życia i sposobem myślenia mnichów buddyjskich, ale również świecka Japonia wypracowała z czasem własny, oryginalny ceremoniał herbaciany. Oparto go na ściśle określonych i skrupulatnie przestrzeganych regułach. Dla Japończyków spożywanie herbaty było tożsame z odnową duchową, kultem piękna, harmonią i czystością.

Do Europy herbata przypłynęła statkiem. Według jednych źródeł, było to zasługą Holendrów, według innych – Portugalczyków. Nie ma to chyba większego znaczenia, skoro w dość krótkim czasie pojawiła się na stołach w Holandii i Francji, Włoch i Niemiec, Portugalii i Rosji. Nawet jeśli nie wszędzie traktowano ją z należytym szacunkiem i nie zawsze stawała się codziennym towarzyszem, to i tak rynek herbaciany zaczął się rozwijać w zaskakującym tempie.

Aby jednak nastąpiły prawdziwe dni jej chwały, herbata musiała dotrzeć do Anglii. Pierwszej sprzedaży dokonano w londyńskiej kawiarni Thomasa Garraway'a. Pierwszą królową, która z picia herbaty uczyniła zwyczaj była Katarzyna, żona Karola II. A z takich progów niedaleko już było na arystokratyczne i mieszczańskie salony. W Anglii zresztą, herbata przez długi czas była dość drogim towarem, raczej nieosiągalnym dla niższych warstw społecznych.

Na salonach szybko przyjął się zwyczaj spotkań przy herbatce. I był głównie przywilejem dam. Mężczyźni zażywali herbacianych przyjemności, w coraz liczniej powstających kawiarniach i herbaciarniach.

Angielskie upodobanie do herbaty doprowadziło w końcu do stworzenia nowego zwyczaju, zwanego popołudniową herbatką. Zapoczątkowała go księżna Anna Bedford. Wkrótce za tym, nastała moda na składanie towarzyskich wizyt, w trakcie których, przy herbacie, ciasteczkach i przekąskach, prowadzono salonowe konwersacje. Zwyczaj ten, chociaż w różnych formach i odmianach, kultywuje się do dziś. Istnieje bowiem taka pora dnia, kiedy wszystkie sprawy odkłada się na później i w ulubionym miejscu, samotnie lub w towarzystwie, delektuje ulubionym gatunkiem herbaty.

> „herbata chińska, jako napój, była za Stanisława Augusta nowością w domach arystokratycznych wprowadzaną, do której ludzie starej daty czuli wstręt i wyszydzali ją"
>
> Zygmunt Gloger „Encyklopedia Staropolska"

Równie elegancko popijano herbatę w Stanach Zjednoczonych. Wzorem angielskim, trafiła na salony, do kawiarni i herbaciarni, podawano ją w porcelanie, na srebrnej tacy.

Mało kto zdaje sobie sprawę, że do Polski herbata dotarła wcześniej niż do Anglii. W kraju nad Wisłą traktowano ją początkowo wyłącznie jako lek, między innymi pobudzający i poprawiający trawienie. Z biegiem czasu napój ten trafił na dworskie stoły, serwowany o poranku z mlekiem i cukrem, a wieczorem jako towarzysz spotkań. Herbatą zawsze podejmowano wyjątkowych gości.

Łyk drugi. Liść.

Herbata to roślina z rodziny Kamelii (Camellia). Krzew herbaciany nosi botaniczną nazwę Camellia Sinensis (Kamelia chińska) i znany jest w trzech odmianach: chińskiej, assamskiej i kambodżańskiej. Jest to krzew/drzewo o wiecznie zielonych, skórzastych liściach. Zdobią

ją niewielkie, białe, pachnące kwiaty i małe, zdrewniałe owoce z nasionami. Krzewy herbaciane najbardziej lubią rosnąć w gorącym i wilgotnym otoczeniu, na terenach pagórkowatych. Najszlachetniejsze gatunki herbat pochodzą z roślin, rosnących najwyżej. Właściwie pielęgnowane krzewy herbaciane dają zbiory przynajmniej przez 25 lat. Ale zbierać liście można zacząć dopiero po 4. latach, jakie upłyną od posadzenia sadzonki.

Zbiór liści w różnych miejscach przebiega rozmaicie. W Japonii i w Chinach zbiory odbywają się trzy- lub czterokrotnie. W południowych Indiach, na Cejlonie i w Indonezji przez okrągły rok. Suche herbaty jawajskie uzyskuje się z liści, zebranych w najbardziej suchych miesiącach: lipcu, sierpniu i wrześniu. Pierwsze zbiory w północnej części Indii, marcowe, dają tzw. „first flush". Uzyskuje się je z pierwszych pędów z pączkiem i dwoma listkami. Kolejny zbiór, majowo-czerwcowy, daje herbaty zwane pośrednimi, lipcowo-sierpniowy: „second flush". Do października zbiera się liście, które ostatecznie dadzą herbaty pory deszczowej. Pamiętać trzeba też o tym, że herbata jest tym lepsza, im listki są młodsze i delikatniejsze.

Pewien angielski marynarz przysłał swojej matce w prezencie paczuszkę herbaty. Kobieta przygotowała poczęstunek dla swoich przyjaciółek, podając im wykwintne danie. Przyrządziła je z herbaty, przysłanej przez syna. Najpierw ugotowała liście, następnie odlała brunatną wodę, wygotowane liście (fusy!) ułożyła na talerzu i polała je śmietanką.

Łyk trzeci. Zwyczaje.

Tam, gdzie herbata zadomowiła się na dobre, ukształtowały się też herbaciane zwyczaje, związane ze sposobem parzenia i podawania, z przywiązaniem do określonych mieszanek i smaków. Tak łatwo rozpoznawalne dzisiaj są określenia: herbata po japońsku, po rosyjsku, angielska herbatka...

Chińczycy upodobali sobie herbaty zielone i aromatyzowane. W Japonii i Tybecie pije się głównie zieloną, bo jest zbawienna dla układu pokarmowego. Hindusi dosypują do naparu przypraw i dolewają mleka. W krajach arabskich herbata mocno słodzona, czasem z dodatkiem mięty doskonale gasi pragnienie w upalne dni. Rosjanie poprawiają sobie jej smak konfiturą. W Stanach Zjednoczonych akceptują nawet herbatę z puszki. A herbata w Wielkiej Brytanii to zupełnie inna historia. Oczywiście z mlekiem. Jeśli ktoś chce napić się herbaty bez mleka, musi o to wyraźnie poprosić.

Dla Anglika herbata jest dobra na wszystko. Na kiepską pogodę i na święto, na poranek i na wieczór, do rozmowy i do snu. Przecież oni mają tam nawet Radę Herbacianą Zjednoczonego Królestwa (!). Popołudniowa herbata (Afternoon tea) przeszła już w Anglii do tradycji i funkcjonuje jako swoista ceremonia. Codziennie odbywa się ona w miejskich herbaciarniach oraz pokojach herbacianych w eleganckich hotelach i domach towarowych. Wczesnym popołudniem, przed takimi salami ustawiają się kolejki eleganckich gości, oczekujących na stolik. A żeby czas ten spędzić w herbaciarniach hoteli Ritz lub Savoy, dobrze jest zarezerwować sobie stolik nawet z dwutygodniowym wyprzedzeniem.

Afternoon Tea nie polega jedynie na maczaniu ust w filiżance. Na herbacianym przyjęciu wszystko ma odpowiednią oprawę. Półmiski gną się pod ciężarem rozmaitych przekąsek – wytrawnych i słodkich. Są tu więc małe kanapki, wypełnione pastami, scones – angielskie bułeczki, podawane z masłem i dżemem albo gęsto ubitą śmietaną, muffins i słodkie bułeczki z rodzynkami. Z typowych słodkości na półmisku jest miejsce dla wypieków – wszelakich ciast i ciasteczek, co komu przyjdzie do głowy.

Przyrządzanie herbaty po angielsku jest dość proste. Liście (Anglicy lubują się w mieszankach o ostrym smaku, powstałych na bazie herbat cejlońskich i indyjskich) wsypuje się do ogrzanego czajniczka, zachowując proporcje: jedna łyżeczka herbaty na jedną filiżankę wody, następnie dwukrotnie zalewa wrzątkiem i pozostawia na 5 minut. Wlewając napar do filiżanek, należy pamiętać o ich uprzednim podgrzaniu i wypełnieniu stosowną porcją mleka. Herbatę bowiem należy wlewać do mleka, nie odwrotnie, gdyż zmienia to smak napoju.


BE&W

Herbata zajmuje też specjalne miejsce w tradycji Japonii. Aby poznać i móc stosować należycie tajniki Ceremonii Picia Herbaty, Japończycy obu płci zapisują się do specjalnych szkół herbacianych. Uczą się tu zarówno tradycyjnej, japońskiej sztuki parzenia herbaty zielonej, jak i – idąc z duchem czasów – angielskich sposobów podawania czarnych odmian tego napoju. Aby tradycyjnie zaparzyć

sobie zielone liście, należy je wcześniej rozetrzeć na proszek, wsypać do nagrzanego, porcelanowego czajniczka i zalać wrzątkiem. Japończycy skrupulatnie przestrzegają zasady, aby zarówno czajniczek, jak i woda do zaparzania zostały nagrzane do temperatury około 60. stopni. Czas parzenia powinien wynosić od dwóch do czterech minut. Tak przygotowany napar rozlewa się do maleńkich filiżanek i podaje tak przed posiłkiem, jak i po.

Chińczycy, dla odmiany, zalecają parzenie herbaty w specjalnej czarce z przykrywką. Taki sposób przygotowania naparu uznają za zgodny ze swoją tradycją, a trzeba pamiętać o tym, że jest ona najdłuższa na świecie. Wspomniana czarka nazywa się haiwan, ma specjalny, wydłużający się na górze kształt, a przykrywka umieszczona jest tuż nad powierzchnią naparu. Aby skosztować takiej herbaty, trzeba suche liście wsypać do czarki, napełnić ją wrzątkiem do wybranej (np. do połowy naczynia) objętości, parzyć pod przykryciem od dwóch do czterech minut i pić. Haiwan z tymi samymi liśćmi można zalać ponownie, znów parzyć napar i znów pić. Koniecznie małymi łykami, z filiżanki lub miseczki, raczej bez cukru, może być z migdałami, a nawet solą.

Angielska królowa Wiktoria, będąc wychowanką arcyksiężnej Northumbrland, musiała wysłuchiwać w młodości, że do najcięższych, dziewczęcych „przestępstw" należą picie herbaty i czytanie Timesa. Były to więc dla niej owoce zakazane. Kiedy tylko została królową, natychmiast zażyczyła sobie Timesa i filiżankę herbaty. Uznała też, że spełnienie tych życzeń jest najlepszym dowodem jej władzy.

Herbata z samowara. To zupełnie odmienny sposób przygotowywania naparu. Rosyjski samowar to metalowy pojemnik z rurą w środku, której zadaniem jest utrzymać wysoką temperaturę wody. Pod pojemnikiem znajduje się podgrzewacz-palenisko, a nad – miejsce na czajniczek, w którym parzy się bardzo mocną esencję. Aby otrzymać herbaciany napój, wystarczy do szklanki (na sposób rosyjski) wlać esencję, dopełnić gorącą wodą z samowara, przy pomocy specjalnego kraniku. Aha! Koniecznie na spodeczku położyć konfiturę i podać do herbaty.

Łyk czwarty. Zasady.

Prawdziwie dobrej herbaty można napić się niezależnie od szerokości geograficznej, pod jaką zostanie przyrządzona. Pod warunkiem, że zastosuje się kilka reguł, uznanych za żelazne i święte. Odstępstwa od nich dowodzą, mówiąc oględnie, nieznajomości rzeczy. A więc, po pierwsze – czajniczek, w którym herbata zostanie przygotowana, musi wcześniej, tuż przed zaparzeniem liści, zostać podgrzany. Po drugie – odpowiednio przechowywaną, suchą herbatę wsypywać do imbryka, dobierając proporcje do liczby filiżanek: na każdą filiżankę przypadać winna jedna łyżeczka liści. Po trzecie – woda, przeznaczona do zagotowania, musi być bezwzględnie świeża. Herbatę czarną należy zalewać wrzątkiem, czyli natychmiast po zagotowaniu, zieloną i białą – wodą o temperaturze pomiędzy 70 a 90 stopni. Po czwarte – napar należy trzymać pod przykryciem, poczekać aż naciągnie – od dwóch do pięciu minut. Warto też, przy okazji, wiedzieć, że herbata parzona do dwóch minut działa orzeźwiająco, do pięciu zaś – uspokajająco. Po piąte – pozostaje wykonać ostatnią czynność: zamieszać i rozlać płyn do filiżanek lub szklanek, dodać to, co goście lubią najbardziej i delektować się smakiem, popijając herbatkę małymi łykami.

Łyk piąty. Moc.

W dobroczynne oddziaływanie herbaty wierzono od chwili, kiedy zaczęto ją spożywać. Nie bez powodu, zanim herbata stała się ulubienicą salonów, traktowano ją i polecano jako panaceum na różne dolegliwości. Jej największą zaletą jest niewątpliwie samo pochodzenie – to dar natury. Nie ma w niej więc nic sztucznego i nieprawdziwego.

Zaparzone liście herbaty, bardziej zielonej niż czarnej, popijane w odpowiednich ilościach, działają bakteriobójczo. Utrudniają więc życie bakteriom, które rozwijają się w przewodzie pokarmowym, dodatkowo pomagają przyswajać i trawić pokarmy. Wzmagają czynności nerek, pomagając im się oczyszczać. Herbata zawiera fluor, a więc jej spożywanie korzystnie wpływa na zęby – wzmacnia szkliwo, ogranicza rozwój kamienia nazębnego i chorób dziąseł. Sprzyja zatrzymywaniu w organizmie witaminy C, a jak wiadomo, lubi ona z organizmu uciekać. Nie można nie wspomnieć o dobroczynnym wpływie herbaty na układ krążenia i serce – kofeina pobudza, a jednocześnie sprawia, że naczynia krwionośne „prężą się", zapominając o miażdżycy. Koi też nerwy, może poprawić nastrój, uspokoi rozbiegane myśli. Wzmacnia koncentrację, usuwa zmęczenie, pomaga się odprężyć. Dostarcza też witamin: C i P, B i prowitaminę A. Lista zasług jest długa, tu nawet nie zamknięta i w ogóle chyba jeszcze nie do końca znana.

Angielskie słowo *tee* pochodzi od chińskiego *te* (dialekt z Amoy). W Holandii zaistniało jako *thee*, także samo w Niemczech. Włosi, Hiszpanie i Węgrzy używają krótkiego *te*, Anglicy dodają jedną literkę – *tea*, Francuzi również, ale inaczej – *the*, Łotysze stworzyli śpiewne określenie *teja*. W Portugalii zastosowano inny wzór, mianowicie *cha* od chińskiego *cha* (język mandaryński). Idąc tym śladem, w Rosji zakorzeniło się słówko *czaj*, w Tybecie – *ja*, w języku arabskim zaś *shai*. Jedyne w swoim rodzaju jest słówko *herbata*. Jest ono zlepkiem łacińskich herba *thea* (ziele herbaciane). Używa się go w języku polskim.



BE&W

Cyfrowa biblioteka

Paweł Piasecki

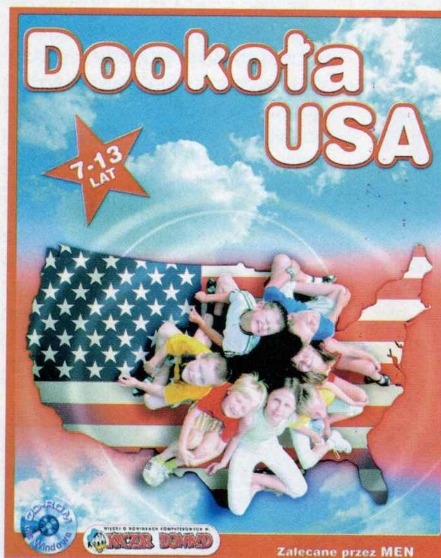
DOOKOŁA STANÓW ZJEDNOCZONYCH

Wprawdzie ta podróż za Ocean jest tylko wirtualna...

... ale by w nią wyruszyć, nie potrzeba ani wizy, ani pieniędzy. „Dookoła Stanów Zjednoczonych" to program dla dzieci w wieku 7-13 lat, oparty na identycznym schemacie, co uprzednio wydane przez Optimusa Pascala ,,Dookoła świata" i „Dookoła Polski". Umożliwia najmłodszym odkrywcom dotarcie do najciekawszych miejsc w Stanach Zjednoczonych, od Nowego Jorku po San Francisco, od krańców Alaski po Honolulu na Hawajach.

W trakcie wirtualnej podróży dziecko poznaje słynne postaci historyczne (m.in. Polaków, którzy zasłużyli się w dziejach USA), krainy geograficzne i ich atrakcje turystyczne, bardziej i mniej znane budowle (czy wiecie, w jakim mieście szukać Igły Kosmicznej?) oraz charakterystyczne okazy fauny i flory kontynentu północnoamerykańskiego. Na zawartość programu składa się między innymi ponad 800 aktywnych plansz, 25 animowanych map, interaktywny album z nalepkami oraz dwa quizy. Oprawa graficzna programu jest znakomicie dostosowana do percepcji odbiorcy – kolory są żywe, ilustracje nierzadko dowcipne trafiają w sedno, .

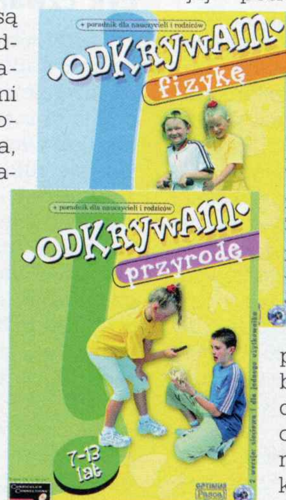
Korzystanie z programu to czysta przyjemność także dlatego, że jego obsługa jest niemal intuicyjna. Warto jeszcze dodać, że Ministerstwo Edukacji Narodowej rekomenduje „Dookoła Stanów Zjednoczonych", jako pomoc do nauki geografii na poziomie szkoły podstawowej. ■



ODKRYWAM PRZYRODĘ ODKRYWAM FIZYKĘ

Dwa programy ze znakomitej serii dla młodych odkrywców.

Wydane przez Onet.pl – Oddział OPM programy, przeznaczone dla dzieci w wieku od 7 do 13 lat, są rzeczywiście odkrywcze. Zrywają ze schematami w sposobie poznawania świata, rozbudzają ciekawość i chęć eksperymentowania, skłaniają do samodzielnego i twórczego myślenia.



W „Odkrywam przyrodę", młodzi naukowcy nie tylko obserwują owady i poznają ich zachowanie, ale także naśladują je poprzez konstruowanie modeli i kukiełek, wydawanie podobnych dźwięków i komponowanie owadziej muzyki.

W „Odkrywam fizykę", użytkownicy zapoznają się z ogólnymi pojęciami, takimi jak ruch i energia, na bardzo konkretnych przykładach, dowiadując się, jak działa rower, wiatrak i karuzela.

W obu programach gracz bierze udział w niezwykłych przygodach i naukowych badaniach, prowadzonych przez szóstkę dociekliwych urwisów. Głównym menu jest trójwymiarowa Magiczna Kostka, która obraca się, powiększa i dzieli na mniejsze klocki – za jej pośrednictwem można poruszać się po programie. Każdy klocek to osobna lekcja, składająca się z trzech elementów. Pierwszy z nich to krótki film, który prezentuje dane zagadnienie w formie opowiadania. W trakcie projekcji, wokół ekranu pojawiają się hasła, będące krótkimi, audiowizualnymi „wycieczkami pobocznymi". Środkowa część każdej lekcji (Myślownica), zawiera materiał tekstowy uzupełniający treść filmu. Tu znajduje się także słownik, wzbogacony o filmy i ilustracje.

Na koniec czas na zabawę, ćwiczenie, grę lub quiz, które sprawdzają, a jednocześnie pogłębiają rozumienie filmu oraz materiałów tekstowych.

Użytkownik ma do wyboru dwa poziomy gier. Ponadto, wersja sieciowa stwarza możliwość twórczej rywalizacji. Program zaopatrzony jest w poradnik dla rodziców i nauczycieli, może być więc z powodzeniem wykorzystywany w domu lub w szkole. ■

WIELKA MULTIMEDIALNA ENCYKLOPEDIA: KULTURY STAROŻYTNE

Multimedialne prezentacje kultur starożytnej Grecji, Rzymu i Egiptu.

Jakiś czas temu recenzowałem na łamach „Profil-u" programy krakowskiej Fogry, poświęcone starożytnym cywilizacjom Egiptu i Grecji. Przejęcie praw do dystrybucji multimedialnych publikacji Fogry przez Onet.pl – Oddział OPM, zaowocowało wydaniem na jednym dysku niniejszej encyklopedii.

W częściach poświęconych Egiptowi i Grecji dominuje prezentacyjne, nie „wydarzeniowe" ujęcie tematu. Z punktu widzenia przeciętnego odbiorcy – słusznie, można bowiem skupić się na tym, co najważniejsze i najbardziej charakterystyczne dla danej kultury. Osoby pasjonujące się starożytnością i spragnione szczegółów mogą jednak narzekać, że program ma charakter bardziej przewodnika niż encyklopedii. Część poświęcona Rzymowi ma nieco inny charakter. Znalazło się tu m.in. 600 stron tekstu oraz interaktywne kalendarium wydarzeń politycznych i kulturalnych.



Główne atrakcje programu to galerie dzieł sztuki, interaktywne mapy oraz plany Forum Romanum i Pompejów, a także animacje najważniejszych bitew. Dzięki encyklopedii, poznamy też m.in. panteony starożytnych bogów, tajemnice hieroglifów, historię budowy piramid i greckiego Akropolu. ■

Przyzwyczailiśmy się już do tego, że w sieci można kupić książki, płyty i rozmaite inne, drobne przedmioty. Jak się okazuje, nie tylko drobne: od maja ubiegłego roku, w internetowym salonie Mojeauto.pl, nabywców znalazło około 1500 samochodów.

SIECIOWE AUTOSALONY

PAWEŁ PIASECKI

Wielokrotnie więcej transakcji, dotyczących głównie samochodów używanych, zawarto zapewne, korzystając z pośrednictwa serwisów ogłoszeniowych, takich jak Trader (www.trader.pl). Trader, prezentujący na swych stronach kilkadziesiąt tysięcy samochodów używanych (są to zarówno oferty autokomisów, jak i anonse zamieszczane bezpośrednio przez właścicieli aut), notuje miesięcznie około miliona odsłon swoich stron. Grubo ponad tysiąc używanych samochodów – od popularnych maluchów do luksusowych, amerykańskich limuzyn – wystawianych jest na stronach motoryzacyjnych najpopularniejszego w Polsce serwisu aukcyjnego allegro.pl. Żadna z wymienionych witryn nie jest stroną transakcji, a jedynie pośrednikiem, nie dysponują więc one danymi, dotyczącymi liczby sprzedanych aut.



Na polskim rynku internetowym liczą się obecnie dwa serwisy, które nie tylko umożliwiają poznanie oferty pojazdów, ale także zamówienie online konkretnego modelu. Pionierem było, wspomniane już, Mojeauto.pl wrocławskiej firmy Internet Service SA, wspieranej przez duże fundusze venture capital (bmp eBusiness oraz Central & Eastern Europe Venture). Niedawno rozpoczął działalność konkurencyjny Autointernet.pl firmy Auto Internet SA, także z Wrocławia, mającej za partnera Polskie Towarzystwo Finansowe S.A. Oba serwisy współdziałają z producentami i dealerami aut różnych marek. Klient może skonfigurować samochód wedle swych indywidualnych preferencji, sprawdzić dostępność określonego modelu, złożyć zapytania ofertowe, negocjować cenę, wreszcie dokonać zamówienia. Obsługują także procedury związane z uzyskaniem kredytu, leasingu, ubezpieczenia itd.

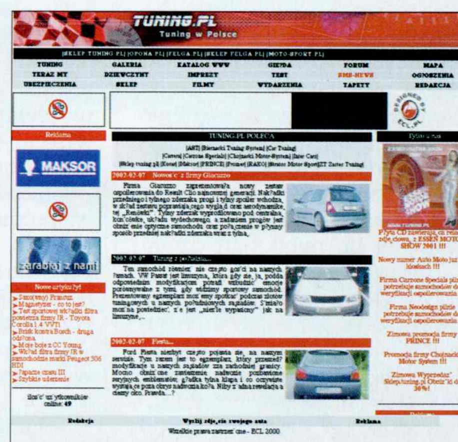
Mojeauto.pl współpracuje z ponad 70. dealerami i ma w ofercie większość, dostępnych na rynku, marek. Serwis oferuje szczególnie korzystne warunki zakupu samochodów koncernu Fiat, dlatego znaczna część zamówień, złożonych w Mojeauto.pl, dotyczy właśnie fiatów, alf romeo i lancii. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Internet Service, użytkownicy Mojegoauta.pl są grupą dobrze sytuowaną, a co ciekawe – aż 78% z nich posiada już samochód. Badania pokazały również preferencje w kwestii finansowania planowanego zakupu. 40% respondentów zadeklarowało chęć nabycia auta za gotówkę, 55% było zainteresowanych kredytem, bądź leasingiem, a 5% stanowili niezdecydowani.

Autointernet.pl, już w momencie startu, miał podpisane umowy z ponad setką sprzedawców. W serwisie można złożyć zlecenie na samochody nowe i używane, przy czym modele „z oferty" są dostępne w ciągu kilku dni, zaś z katalogu – wyszukiwane na życzenie. Poważnym atutem Autointernet.pl jest wsparcie Polskiego Towarzystwa Finansowego – instytucji specjalizującej się w obsłudze ratalnej sprzedaży samochodów, nieruchomości oraz sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych. Przy zawieraniu umów o kredyt i zakup auta, klient Autointernet.pl może więc korzystać z sieci około 150., punktów obsługi PTF.

Przedstawiciele internetowych autosalonów nie ukrywają, że początkowo zakładali szybsze tempo pozyskiwania klientów. Plany zostały pokrzyżowane zarówno przez stagnację na rynku nowych samochodów, jak i powolne oswajanie się autokomisów z elektronicznym kanałem sprzedaży. Właśnie jednak rynek samochodów używanych, na którym w 2001 r. zawarto łącznie około miliona transakcji, będzie prawdopodobnie w najbliższej przyszłości polem ekspansji polskich internetowych serwisów motoryzacyjnych.

Jak nietrudno zgadnąć, sytuacja motoryzacyjnych serwisów internetowych wygląda zupełnie inaczej w Stanach Zjednoczonych, gdzie w 2001 r., za pośrednictwem sieci sprzedano już 6% wszystkich nowych samochodów (rok wcześniej 4,7%). Wedle badań, przeprowadzonych w listopadzie ub.r. przez firmę JD Power and Associates, aż 62% nabywców nowych aut w USA poszukuje informacji w Internecie przed zawarciem transakcji, odwiedzając średnio prawie 7 różnych witryn motoryzacyjnych. Preferowane są na ogół serwisy niezależne, to znaczy nie związane z producentami określonych marek. W rankingu popularności po raz czwarty z rzędu zwyciężyła witryna Kelley Blue Book (kbb.com). Amerykanie odwiedzają witryny poszczególnych koncernów – najczęściej serwis ford.com – dopiero wówczas, gdy potrzebują danych, dotyczących np. dostępnych opcji wyposażenia modelu, który zamierzają kupić.

Serwisy motoryzacyjne z sektora c2c (consumer-to-consumer) są bardzo popularne także w Polsce. Jeden z najczęściej odwiedzanych to autocentrum.pl, dzięki któremu użytkownicy samochodów mogą wymieniać się swymi doświadczeniami i otrzymywać bezcenne porady. Znajdziemy tu także m.in. użyteczne informacje o utrudnieniach na drogach, ogłoszenia o wolnych miejscach w samochodach (gratka dla wirtualnych autostopowiczów), opinie kierowców o towarzystwach ubezpieczeniowych, bazę skradzionych pojazdów.



Na zakończenie słów parę o tuningu, którym pasjonuje się wielu internautów – miłośników motoryzacji. Niewtajemniczonym wyjaśnię, że chodzi o takie modyfikacje wyglądu auta, które nie pozwolą nikomu przejść obok niego obojętnie. Serwisy internetowe, poświęcone tej coraz istotniejszej części biznesu motoryzacyjnego, wyrastają jak grzyby po deszczu. Warto zacząć od adresu najbardziej oczywistego: www.tuning.pl. W wortalu tym znajdziemy wszelkie informacje potrzebne do tego, by zamienić nasze auto w małe dzieło sztuki (sceptycy powiedzą: maksymalnie je udziwnić), łącznie z danymi kontaktowymi warsztatów, wykonujących takie przeróbki w kraju i za granicą oraz sklepów z akcesoriami. Nie brak również galerii zdjęć – jeśli ktoś z Czytelników może się pochwalić dokonaniami w dziedzinie tuningu, niech nie zwleka, tylko dołącza do kolekcji fotografię własnego pojazdu.

W ciągu kilkunastu miesięcy dwa polskie banki internetowe, mBank i Inteligo, zdobyły ponad 300 tys. klientów. Łącznie, z różnych form bankowości elektronicznej korzysta już ponad pół miliona Polaków.

e-BANKI

PAWEŁ PIASECKI

Na tle niewesołych wieści dochodzących z branży e-commerce (kłopoty nie oszczędzają nawet Empik.com), sukcesy e-banków robią wrażenie. mBank (www.mbank.com.pl) i Inteligo (www.inteligo.pl) zmieniły nasze wyobrażenia o świecie finansów osobistych. „Oprocentowanie rachunków, szybkość i wygoda obsługi, poziom prowizji w Inteligo i mBanku stały się punktem odniesienia, szczególnie dla klientów najbardziej wymagających: młodych profesjonalistów i przedsiębiorców z wielkich miast" – pisał na początku stycznia br. publicysta dziennika „Życie".

Sceptycy zwracają uwagę na fakt, że pierwszymi, entuzjastycznymi klientami e-banków są ludzie wykształceni, przychylnie nastawieni do Internetu i w ogóle nowych technologii, dysponujący przy tym dochodami znacznie przekraczającymi średnią krajową. Prawdziwym testem dla Inteligo i mBanku będzie próba przekonania tych „opornych", którzy wolą pogawędzić z kasjerką w bankowym okienku niż stukać w klawiaturę komputera, a słysząc o „wirtualnych bankach" zastanawiają się, czy oszczędności w nich lokowane także nie są wirtualne – czytaj: pozorne, nierzeczywiste.

Zdrowa konkurencja

O takich konsumentów Inteligo i mBank będą zapewne ostro rywalizować z bankami tradycyjnymi. Te ostatnie nie planują przekierowywania całej działalności na internetowy kanał dystrybucji, chcą natomiast, by stanowił on uzupełnienie sieci tradycyjnych placówek i bankomatów, a także dostępu przez telefon komórkowy (SMS i WAP). Strategia ta jest z dużym powodzeniem realizowana przez Bank Zachodni WBK, w którym z elektronicznych kanałów dystrybucji na początku br. korzystało już ponad 100 tys. klientów, czyli tyle samo, ile założyło konta w Inteligo. W czołówce znajdują się także Bank Handlowy (dawniej Handlonet, obecnie CitiDirect), Lukas Bank, Pekao S.A., PKO BP i BPH PBK.

Na uwagę zasługują wysiłki największego polskiego detalisty, PKO BP, by zmienić niekorzystny, a mocno utrwalony w świadomości społecznej wizerunek „banku ciułaczy" i skojarzenia z kolejkami w oddziałach. We wrześniu ub. r. w Internecie i mediach tradycyjnych (głównie billboardy), pojawiła się ciekawa kampania reklamująca ePKO – internetowy oddział banku. Przeprowadzone wcześniej badania wykazały, że klienci PKO BP bardzo chętnie korzystają z elektronicznych kanałów dystrybucji – zarówno Internetu, jak i telefonii komórkowej – by uzyskiwać informacje o stanie swojego konta, natomiast obawiają się przeprowadzania transakcji on-line. PKO BP postawiło więc sobie za cel przekonanie klientów, że do e-bankowości można mieć identyczne zaufanie, jak do tradycyjnych banków. Stąd nacisk w komunikacji na informacje o kodach dostępu, szyfrowaniu transmisji, stosowanych tokenach (w Polsce tylko PKO BP i Pekao SA oferują tokeny dodatkowo zabezpieczone PIN-em).

mBank

„Cudownym dzieckiem" internetowej bankowości w Polsce pozostaje jednak bezsprzecznie mBank, który rozpoczął działalność pod koniec listopada 2000 r. Jego właściciel, BRE Bank, znany dotychczas z obsługi dużych firm, postanowił przebojem wejść na rynek detaliczny. Zaoferował coś zupełnie w Polsce nowego: bank bez oddziałów, w którym klient obsługiwany jest wyłącznie za pośrednictwem Internetu, telefonu i bankomatów. Rezultat przerósł oczekiwania. W końcu stycznia br. mBank prowadził 203 tys. rachunków, na których klienci zdeponowali już sporo ponad 1 mld zł. 2 stycznia br. padł spektakularny rekord – liczba transakcji w ciągu doby przekroczyła milion.

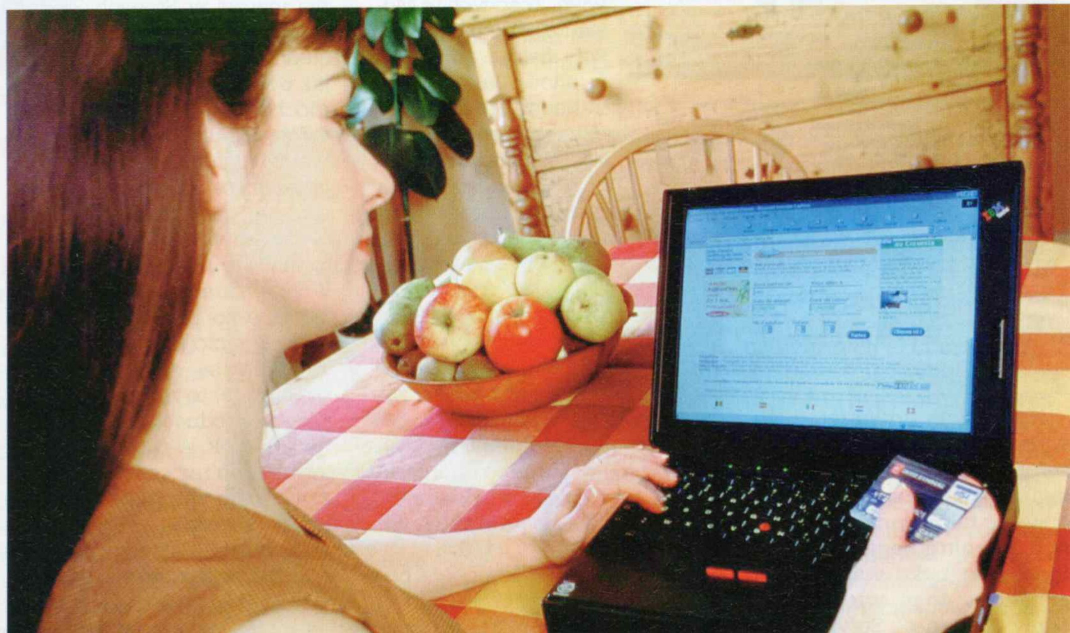
Czym mBank kusi Polaków? Oczywiście w pierwszym rzędzie oprocentowaniem: zarówno w przypadku rachunku bieżącego eKonto, jak i rachunku oszczędnościowego. Na żądanie eMax jest ono znacznie wyższe niż w bankach tradycyjnych. mBank nie pobiera też opłat za prowadzenie rachunków, ani za wypłaty gotówki z wybranej sieci bankomatów. W miarę rozwoju pojawiły się kolejne produkty, m.in. lokata długoterminowa i wirtualna karta płatnicza VISA, przeznaczona do bezpiecznych transakcji internetowych. W najbliższym czasie mBank zaoferuje także kredyt odnawialny w rachunku.

Propozycją skierowaną do młodzieży (od trzynastego roku życia) jest izzyBank (www.izzybank.pl). Oprócz części bankowo-transakcyjnej, w której znajdują się wszystkie informacje niezbędne do otwarcia rachunku izzyKonto, do dyspozycji użytkowników jest m.in. forum, chat, „mega linkownia" oraz Hyde Park.

Inteligo

Na przełomie kwietnia i maja ub.r. mBankowi wyrósł poważny konkurent – Inteligo. Klienci Inteligo zakładają właściwie konta w Bankgesellschaft Berlin (BGB) Polska, banku działającym w naszym kraju od 1997 r. Jest on filią Bankgesellschaft Berlin AG, jednego z większych banków europejskich, który zarządza aktywami 220 mld euro i obsługuje w Niemczech 3 mln klientów indywidualnych.

W rozwój Inteligo zainwestowano już na starcie ponad 30 mln zł. Jest to dla BGB poważny eksperyment – niemieccy klienci banku mają wprawdzie możliwość dokonywania operacji na koncie poprzez Internet czy telefon,

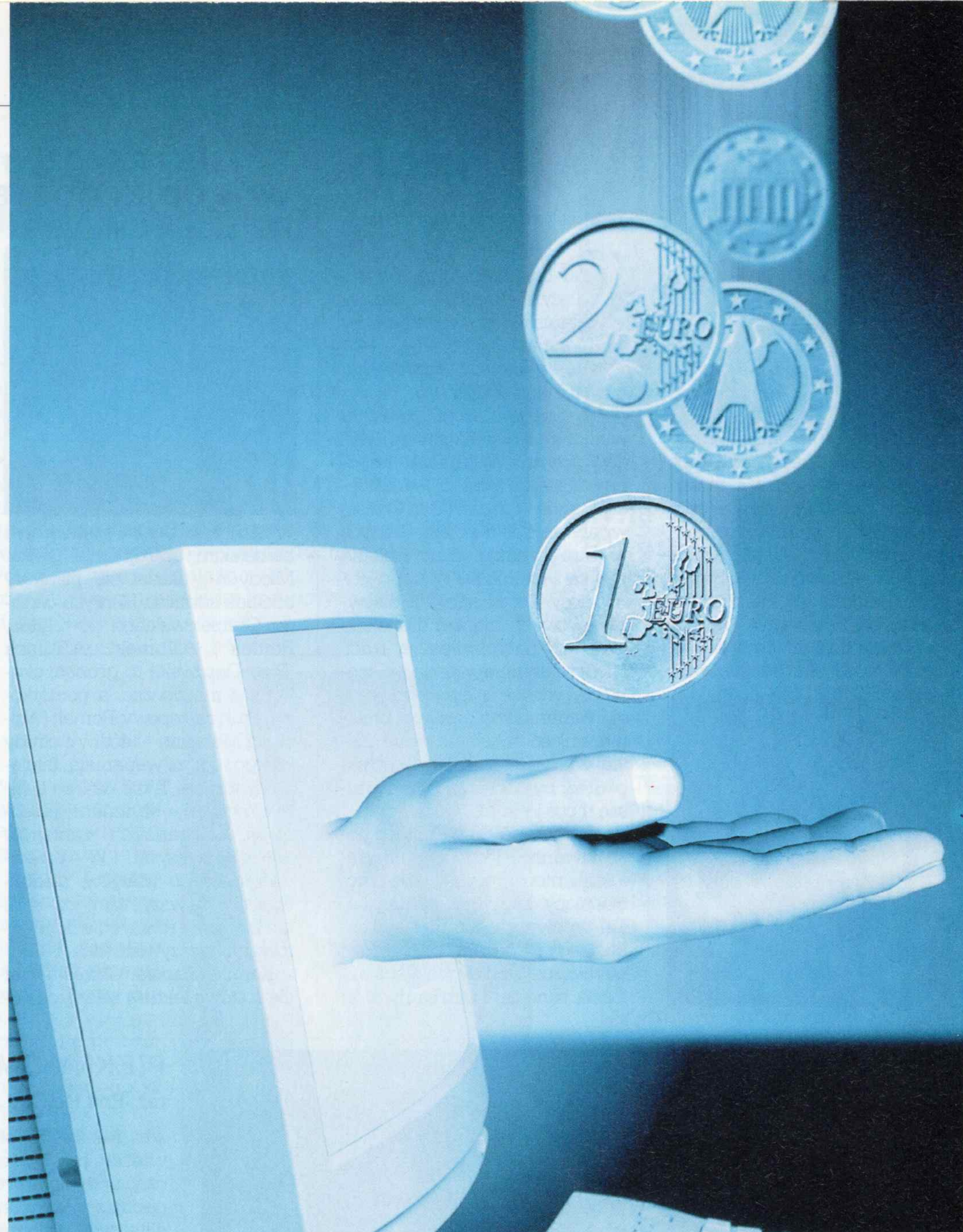


BE&W

ale stanowi to jedynie uzupełnienie usług, oferowanych w tradycyjnych placówkach. BGB Polska odpowiada za bezpieczeństwo lokat klientów Inteligo. Samą markę stworzyła natomiast spółka Inteligo Financial Sevices, w której BGB Polska ma 49% udział. IFS zajmuje się marketingiem, badaniami rynku, rozwojem nowych produktów i usług oraz technologii informatycznych i telekomunikacyjnych.

Usługą, którą Inteligo reklamuje jako wyjątkową na polskim rynku, jest przesyłanie pieniędzy za pośrednictwem poczty elektronicznej (E-mail Money). Ci, którzy boją się o bezpieczeństwo środków, zgromadzonych na swoich kontach, mogą odetchnąć z ulgą: w rzeczywistości żadne poufne dane nie wędrują drogą e-mailową. Beneficjent dostaje jedynie pocztą elektroniczną powiadomienie o nadejściu przelewu, po czym musi zalogować się na stronie Inteligo (transmisja chroniona jest protokołem SSL). Zanim wskaże numer konta, na które mają powędrować pieniądze, musi podać hasło – odpowiedź na „pytanie kontrolne" z listu, który otrzymał wcześniej od nadawcy przelewu.

Za zręczny chwyt marketingowy Inteligo należy uznać usługę nazwaną, QuickMoney. Pieniądze, które docierają na konto odbiorcy w sekundę – brzmi to ekscytująco. Trzeba jednak wyjaśnić, że przelew można wysłać wyłącznie komuś, kto posiada konto w tym samym banku.



Tradycja i nowoczesność

Wyższe oprocentowanie rachunków, brak opłat za prowadzenie rachunku, możliwość błyskawicznego dokonywania przelewów o dowolnej porze i bez wychodzenia z domu – to z pewnością istotne atuty banków internetowych. Ale wkrótce mogą już nie wystarczyć, by przyciągać nowych, coraz bardziej wymagających klientów. Istotnym ograniczeniem wydaje się przede wszystkim brak dostępu do kart kredytowych – rodzime banki internetowe wydają obecnie do rachunków jedynie karty Visa Electron. Z czasem rosnąć będzie także zapotrzebowanie na usługi ubezpieczeniowe, fundusze inwestycyjne, a także kredyty konsumpcyjne i hipoteczne.

W dziedzinie e-bankowości, wiele do powiedzenia mogą więc mieć odpowiednio zmodernizowane banki tradycyjne. Warto pamiętać, że np. PKO BP może zaoferować klientom swego internetowego oddziału dostęp do około 1300 własnych bankomatów, rozsianych po całej Polsce – jest to ogromny atut, bo wprawdzie przelewu można dokonać nie wstając od komputera, ale w wielu sytuacjach nadal potrzebujemy (i potrzebować będziemy) gotówki. Na uwagę zasługują z pewnością projekty takie, jak kolejna inicjatywa BRE Banku – MultiBank (www.multibank.pl), którego strategia działania opiera się na wielokanałowym dostępie, budowaniu bliskich relacji z klientami oraz ofercie, dopasowanej do ich różnych stylów życia. W przeciwieństwie do banków wirtualnych, proponujących wyłącznie zdalne kanały dostępu, w MultiBanku Internet jest opcją, a nie koniecznością. Tradycyjne oddziały (do końca 2002 r. przewidziano otwarcie 30. placówek w całej Polsce) mają doradzać klientom w wyborze usług finansowych i edukować w zakresie różnych dróg komunikacji z bankiem: za pośrednictwem Internetu, SMS-ów, Automatycznego Serwisu Telefonicznego i call center (Centrum Obsługi Telefonicznej).

Warto na zakończenie przywołać opinię ekspertów z Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, którzy za przyszłościowy uważają nie wyłącznie internetowy, ale właśnie wielokanałowy model dystrybucji bankowych usług detalicznych. Instytut prognozuje, że w 2005 r. większość konsumentów (około 70%) będzie równolegle korzystać z tradycyjnych oddziałów i kontaktować się z bankiem za pośrednictwem Internetu, telefonu, a także telewizji interaktywnej, 10% klientów banków obędzie się bez tradycyjnych placówek, zaś 20% pozostanie obojętnych na nowoczesne kanały dystrybucji. W dłuższej perspektywie, receptą na sukces okazać się może roztropne łączenie tradycji i nowoczesności. ■

Co nowego w kinach

MAŁGORZATA WĘGRZECKA

VANILLA SKY

reż. Cameron Crowe

Hiszpański romantyczny thriller Alejandro Amenbara powstał w 1997 r. Wywarł ogromne wrażenie na producentce Pauli Wagner, Tomie Cruise i Cameronie Crowe. „Obejrzeliśmy 'Abre Los Ojos' każde z osobna i razem – wspomina Wagner. I wszyscy zdaliśmy sobie sprawę, że to odpowiedni projekt. Dla nas 'Vanilla Sky' jest jak tworzenie oprawy do wspaniałej piosenki (nota bene piosenka z 'Vanila Sky' dostała nominację do Oscara). Oddajemy temu filmowi (hiszpańskiemu oryginałowi) to, co mu się należy, ale mamy też nadzieję dodania własnych niuansów i interpretacji".



Jaka może być egzystencja przystojnego, bogatego, charyzmatycznego i młodego szefa wielkiego, nowojorskiego wydawnictwa? Wspaniała, imponująca, pełna blasku. Jednak życie Davida Aamesa (Tom Cruise) wcale takie nie jest, czegoś w nim brakuje. Beznadziejna pustka zapełnia się w ciągu jednej nocy. David spotyka dziewczynę swych marzeń (Penelope Cruz) i... natychmiast ją traci. Nieoczekiwanie wpada w szaleńczy wir, w którym spotykają się romans, komedia, podejrzenia, miłość, seks i marzenia, David wyrusza w skomplikowaną podróż, by odnaleźć własną duszę. I coś jeszcze...

„To romantyczny thriller o poszukiwaniu wiecznej natury miłości – mówi Wagner. Jest emocjonujący, kapryśny, ale też pełen typowych cech tego gatunku, kiedy David Aames odkrywa odwieczne prawdy rządzące miłością, światem i nim samym".

TYTUS, ROMEK I A'TOMEK WŚRÓD ZŁODZIEI MARZEŃ

reż. Leszek Gałysz



W 1957 r., w bardzo popularnym harcerskim czasopiśmie „Świat Młodych", ukazał się pierwszy odcinek komiksu Henryka Jerzego Chmielewskiego pt. „Tytus, Romek i A'Tomek". A'Tomek (Piotr Gąsowski) to grubas, okularnik i mózgowiec, a początkowo druh zastępowy, Romek (Wojciech Malajkat) – kłótliwy, chudy i długonogi, ze wspaniałą, falującą czupryną, Tytus de Zoo (Marek Kondrat) – szympans, przedmiot nieustannych zabiegów wychowawczych. W przeciwieństwie do kolegów, nieobliczalny we wszystkim, co robi, nie ma sobie równych w komentowaniu rzeczywistości.

Komiks Papcia Chmiela stał się kultową lekturą kolejnych pokoleń Polaków. W 1966 r. Wydawnictwo Harcerskie „Horyzonty" opublikowało pierwszą część – „Tytus harcerzem" – jako oddzielną książkę. Kolejne księgi, wydawane przez „Horyzonty", potem Młodzieżową Agencję Wydawniczą i w końcu Wydawnictwo Prószyński i S-ka, ukazują się do dziś. Ich łączny nakład (ze wznowieniami) wyniósł już 10 milionów egzemplarzy!

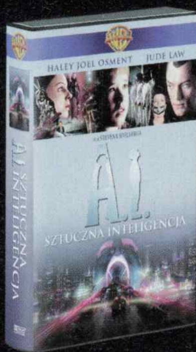
Skoro Tytus stał się tak popularny, pozostało już tylko kwestią czasu, kiedy pojawi się na wielkim ekranie. Wydawnictwo Prószyński i S-ka ogłosiło w 1996 r. ogólnopolski konkurs na treatment (nowelę filmową), dotyczącą nowych przygód Tytusa, Romka i A'Tomka. Wybrano pracę Małgorzaty Sikorskiej-Miszczuk. Autorka w oryginalny sposób powiązała tradycyjny wątek uczłowieczania Tytusa ze współczesnymi realiami: dominacją reklamy, konfliktem między być a mieć oraz pytaniem, co to znaczy być człowiekiem – co to znaczy dla Generacji X. Efekt jest oszałamiający!

MARCOWA PREMIERA DVD

AGNIESZKA GUZEK

A.I. SZTUCZNA INTELIGENCJA

reż. S. Spielberg



Steven Spielberg to reżyser, którego przedstawiać nie trzeba. Niemal wszystkie obrazy, które wyszły spod jego ręki, cieszyły się przychylną opinią krytyków, a przede wszystkim zdobyły rzeszę widzów. Spielberg doskonale odnajduje się w różnych gatunkach filmowych, począwszy od komedii przygodowych, poprzez science fiction, a skończywszy na dramatach wojennych. Tym razem opowiedział wzruszającą historię, rozgrywającą się w dalekiej przyszłości. W dobie inteligentnych maszyn, powstaje pierwszy robot, zdolny do miłości. Niezwykły chłopiec (w tej roli niezapomniany z „Szóstego zmysłu" Haley Joel Osment), który nie pasuje ani do ludzi, ani do robotów. Film jest wzruszającą opowieścią o jego wędrówce w poszukiwaniu własnego miejsca na świecie.

Firma Warner Bros. dla miłośników DVD, przygotowała dwupłytową edycję filmu z obszernym materiałem dodatkowym. Na drugim krążku znaleźć można reportaż z planu oraz dokument, odsłaniający kulisy powstawania efektów specjalnych. Na uwagę zasługują: reportaż o robotach ze studia Stana Winstona, wywiady z reżyserem i twórcami obrazu oraz materiał o tworzeniu ścieżki muzycznej i dźwięku do „A.I. Sztucznej inteligencji". Prawdziwą gratką dla widzów są oczywiście sceny, które pominięto w ostatecznej wersji filmu. Nie zabrakło także zwiastunów kinowych, galerii zdjęć, szkiców koncepcyjnych, scenopisów obrazkowych i wielu innych ciekawych „dodatków".

PIĘKNY UMYSŁ

reż. Ron Howard

Jest rok 1947. John Forbes Nash Jr. (Russell Crowe) właśnie przybył na Uniwersytet Princeton, żeby rozpocząć podyplomowe studia matematyczne. „Tajemniczy geniusz z Zachodniej Wirginii" nie może się poszczycić elitarnym wykształceniem, zdobytym w prywatnych szkołach, ani też odpowiednim zapleczem finansowym, które ułatwiłyby mu wejście w środowisko. Jedyne, co przemawia na jego korzyść to wiedza i upór. Jest typem niepokornym, nic sobie nie robi z praw, którymi rządzi się akademicki światek, jak również z obowiązku regularnego uczęszczania na zajęcia. Obsesyjnie wręcz myśli tylko o jednym – dopracowaniu genialnego pomysłu, który wszystkich rzuci na kolana. Pewnego wieczoru, bawiąc się w lokalnym pubie, Nash doznaje olśnienia. Myśl, która do tej pory krążyła w jego głowie w niejasnej formie, nabiera realnych kształtów. W rezultacie powstaje praca na temat teorii gier, która obala doktryny Adama Smitha, ojca współczesnej ekonomii. Życie Nasha zmienia się w jednej chwili. Naukowiec zapłaci jednak za swój sukcers ogromną cenę...

Film powstał w oparciu o fragmenty biografii Sylvii Nasar – autor scenariusza otrzymał nominację do Oscara. Na Złotą Statuetkę ma też szansę Russell Crowe (jedną ma już na koncie za rolę w „Gladiatorze") – „właściciel" nominacji na najlepszą pierwszoplanową rolę męską. Do walki o najwyższy filmowy laur staną także: reżyser, Jennifer Connelly (filmowa żona genialnego matematyka), twórca muzyki i autor montażu. „Piękny umysł" startuje też w kategorii – najlepszy film.

Nowości płytowe

ANDRZEJ IGNATOWSKI

THE CHEMICAL BROTHERS

„Come With Us"



To płyta dla miłośników nowoczesnych brzmień i muzycznych eksperymentów. Fani duetu znajdą tu sporo utworów, utrzymanych w dawnym stylu, na przykład otwierające krążek „Come With Us" i „It Began In Afrika". Jednak prawdziwie muzyczna uczta zaczyna się od siódmego utworu albumu – „The State We're In". Na uwagę zasługują również dwie ostatnie kompozycje płyty. W piosence „Pioneer Skies", duet składa hołd grupie The Beatles. Natomiast w utworze „The Test", w którym gościnnie wystąpił Richard Ashcroft z The Verve, możemy odnaleźć polski akcent. Muzycy wykorzystali w nim fragmenty kompozycji „Pielgrzym" Czesława Niemena. ■



SOUNDTRACK

„The Lord Of The Rings. The Fellowship Of The Ring"

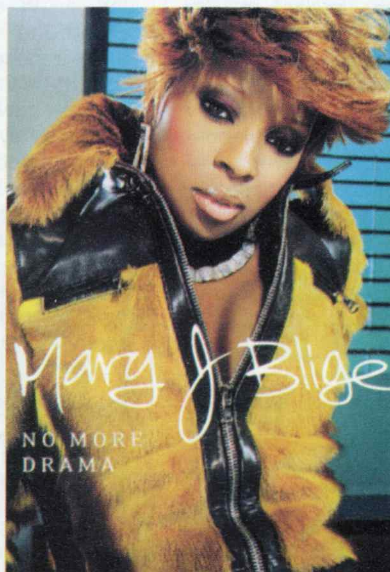
„Władca Pierścieni. Drużyna Pierścieni", to bez wątpienia najbardziej oczekiwany film ostatnich miesięcy. Dzieło Petera Jacksona spełniło oczekiwania widzów i już dziś, w kilka dni po premierze, jest jednym z największych hitów kinowych wszechczasów. Tylko w Stanach Zjednoczonych, w ciągu miesiąca wyświetlania, obraz zarobił 250 mln dolarów.

Równie dużą popularnością cieszy się ścieżka dźwiękowa, którą stworzył Howard Shore. Ten uznany kompozytor, tym razem zaproponował słuchaczom muzykę, idealnie dopełniającą obraz. Może nawet zbyt idealnie, bo ścieżka dźwiękowa bez filmu nieco traci.

Niewątpliwą atrakcją krążka jest utwór „May It Be", którego kompozytorką i wykonawczynią jest Enya. Ta urocza, melancholijna pieśń została nominowana do Oscara w kategorii „piosenka z filmu". Natomiast cała płyta, nominowana jest w kategorii „muzyka do filmu". Obydwie nominacje w pełni zasłużone. ■

MARY J. BLIGE

„No More Drama"



Niemal co miesiąc pojawia się nowa gwiazda muzyki pop. Zazwyczaj jednak głośny debiut jest jednocześnie końcem błyskotliwej, ale jakże krótkiej kariery. Tylko nieliczni wykonawcy, potrafią przetrwać więcej niż jeden czy dwa sezony i nagrywać kolejne płyty, których popularność dorównuje tej pierwszej. Do niekwestionowanych gwiazd muzyki pop należy oczywiście Madonna. Ale obok niej, na firmamencie świeci jeszcze kilka innych, wielkich gwiazd – ot choćby Mary J. Blige. Piosenkarka, która od lat umiejętnie łączy różne gatunki muzyczne, tworząc niezapomniane piosenki. Mary ma nie tylko fantastyczny głos i talent, ale także znakomite wyczucie chwili. Dlatego jej nagrania zawsze brzmią perfekcyjnie, świeżo i nowocześnie. Fani artystki i tym razem się nie zawiodą – krążek „No More Drama" kryje kilka naprawdę dobrych numerów. ■

SHAGGY

„Mr. Lover Lover. The Best Of Shaggy... Part 1"



Przewrotny muzyczny biznes rządzi się naprawdę nieodgadnionymi prawami. Oto artyści, którzy niegdyś byli u szczytu sławy, a potem zostali niespodziewanie zepchnięci w niebyt, po latach znów świecą jasnym blaskiem. W Polsce przykładem takiego nieoczekiwanego, powtórnego sukcesu jest Budka Suflera, natomiast w Ameryce – Shaggy.

Jego album, z ubiegłego roku, sprzedał się na świecie w wielu milionach egzemplarzy, a pochodzące zeń utwory (w tym wielki hit „Angel") długo okupywały listy przebojów. Większość młodych słuchaczy, nawet nie zdawało sobie sprawy, że artysta kilka lat temu odnosił już sukcesy. Wówczas jego piosenki również zajmowały czołowe lokaty na listach. Hity sprzed lat, wypełniają tę właśnie płytę. Nie zabrakło na niej oczywiście przeboju-wizytówki artysty – słynnego utworu „Boombastic", który znów powraca na parkiety. I co tu dużo mówić, bije na głowę wszystkie nowe dokonania Shaggy'ego. ■

ALIEN ANT FARM

„ANThology"



W Europie, co chwila ogłasza się definitywny koniec rocka, a tymczasem w Ameryce nic sobie z tego nie robią. Wystarczy spojrzeć na tamtejszą listę najlepiej sprzedawanych albumów – niemal 1/3, to płyty zespołów rockowych. Kwartet Alien Ant Farm gra ostry, mocny rock, a co najdziwniejsze, muzyka ta jest jednocześnie bardzo melodyjna. Może właśnie dlatego, piosenki w wykonaniu tej grupy, cieszą się uznaniem wielu słuchaczy. Dość wspomnieć przeróbkę hitu „Smooth Criminal" Michaela Jacksona, który w wykonaniu Alien Ant Farm brzmi lepiej niż oryginał. Tym razem zespół lansuje równie udaną, i popartą równie ciekawym teledyskiem, piosenkę „Movies". Kolejny hit gwarantowany. ■

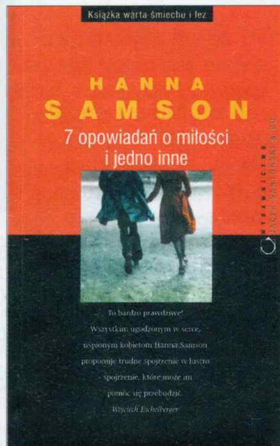
Nowości książkowe

AGNIESZKA GUZEK

H. Samson

7 OPOWIADAŃ O MIŁOŚCI I JEDNO INNE

Wydawnictwo Jacek Santorski & CO



Autorka, dowcipnie i nie bez ironii, maluje obraz współczesnych kobiet, mozolnie wspinających się po szczeblach kariery, prowadzących dom, wychowujących dzieci. Zabieganych i zapracowanych, którym codzienność przysłoniła to, o czym kiedyś marzyły, o co pragnęły walczyć, do czego chciały dążyć.

Bohaterki wszystkich opowiadań łączy jedno – pragną miłości. Ale związki z mężczyznami przynoszą im zazwyczaj rozczarowanie. Niektóre z bohaterek w porę dostrzegają pozorność swojego życia i mają dość siły, żeby rozpocząć wszystko jeszcze raz. Inne, tak jak Monika z „Niebezpiecznego marzenia", nie mają tego szczęścia.

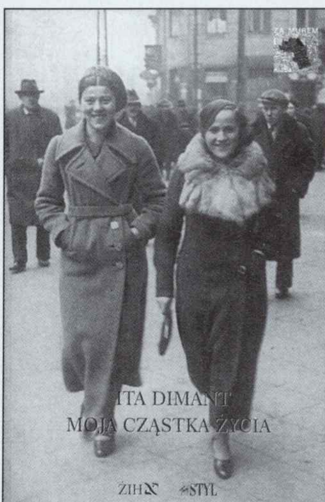
Utrzymane w żartobliwym tonie opowiadania, kryją głęboką mądrość życiową. Mówią o rzeczach i tych bardzo ważnych i tych błahych. Ale niezależnie od tego, czy dotyczą kolejnej maseczki, czy wypadku samochodwego, wpływają na losy kobiet. Opowiadania Hanny Samson pozwalają spojrzeć na siebie z dystansem. Wojciech Eichelberger, tak napisał o tej książce: „To bardzo prawdziwe! Wszystkim ugodzonym w serce, uśpionym kobietom Hanna Samson proponuje trudne spojrzenie w lustro – spojrzenie, które może im pomóc się przebudzić."

I. Dimant

MOJA CZĄSTKA ŻYCIA

Wydawnictwo Twój Styl i ŻIH

Jest to opowieść o losach niezwykłej kobiety, która przeciwstawiła się wyrokom historii i... przeżyła. Ita Dimant, wcześnie osierocona przez matkę, wychowała się w rodzinie Mendla Miodownika. Tuż przed wybuchem wojny, miała wyjechać do narzeczonego do Palestyny. Stało się jednak inaczej. Ita, wraz ze wszystkim bliskimi, trafiła do warszawskiego getta. Prowadziła tam ochronkę dla dzieci, a w czasie akcji eksterminacyjnej w 1942 r. udało jej się przedostać do Częstochowy. Współpracowała z żydowskim podziemiem, przygotowującym powstanie. Po likwidacji częstochowskiego getta, Ita Dimant wyjechała na roboty do Niemiec. Wojna odebrała jej całą rodzinę.



Książka ta jest kolejnym świadectwem prawdy o Holokauście. Świadectwem autorki, która wracając do bolesnych wspomnień, napisała: „Straciłam wiarę w ludzi i prawdą jest, że świat składa się przeważnie z ludzi egoistycznych i bez wartości. Tym cenniejsi są ci nieliczni wartościowi. Nie chciałabym, Czytelniku, by po przeczytaniu tych kartek cień jakiś padł na Twą jasną duszę".

J. Nelsen, L. Lott, S. Glenn

POSPRZĄTAJ ZABAWKI KOCHANIE

Wydawnictwo Diogenes

Wychowanie dziecka to jedno z najtrudniejszych, a jednocześnie najwspanialszych wyzwań, jakie stoją przed rodzicami. Wszyscy pragniemy przekazać swoim dzieciom zasady, które ułatwią im życie w rodzinie i społeczeństwie. Tymczasem każdy dzień przynosi nowe problemy i związane z nimi rozterki. Co zrobić, gdy dziecko nie chce zjeść obiadu, kiedy uderzy psa lub zacznie krzyczeć w sklepie?

Autorzy poradnika przedstawiają kilka rozwiązań wychowawczych, które przydadzą się na codzień. Zaprezentowano tu metodę pozytywnej dyscypliny, pozwalającej kształtować dziecko bez agresji, krzyku czy presji psychicznej. Metody, która sprawdza się, stosowana zarówno wobec małych dzieci, jak i nastolatków. W części pierwszej poradnika, przedstawiono kilka koncepcji wychowawczych. Natomiast część druga, zawiera opis konkretnych sytuacji oraz prezentuje sposoby rozwiązywania problemów.

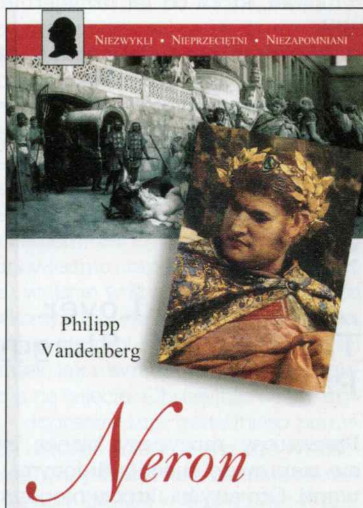


Inspirująca lektura „Posprzątaj zabawki kochanie", pozwoli lepiej zrozumieć własne dziecko i świadomie wybrać najodpowiedniejszą metodę postępowania.

P. VANDENBERG

NERON

Świat książki



Neron zapisał się na kartach historii, jako jeden z najbardziej krwawych cesarzy. Obarcza się go odpowiedzialnością za wielki pożar Rzymu i zrzucenie winy za jego wzniecenie na chrześcijan. Negatywny wizerunek władcy, utrwalili pisarze chrześcijańscy, którzy odwoływali się do źródeł antycznych, m.in. do odpisów prac Tacyta i Swetoniusza. Zdaniem autora, odpisy owe już zawierały przekłamany wizerunek Nerona.

Vandenberg zwraca uwagę na nieliczne prace antycznych historyków, które przetrwały w oryginale. Można w nich odnaleźć nie tylko obraz Nerona-mordercy, ale także człowieka, który podpisując pierwszy raz wyrok śmierci, powiedział: „Och, gdybym nigdy nie nauczył się pisać". Bohaterem książki Vandenberga jest wrażliwy młodzieniec, którego życie zdeterminowała ambitna i żądna władzy Agrypina. Autor opowiada o okolicznościach dojścia do władzy Nerona, opisuje okres jego rządów, intrygi cesarza, a także spiski jego wrogów. Biografia Nerona pióra Philippa Vandenberga, to pasjonująca lektura, po której niejeden z Czytelników zada sobie pytanie – jakim człowiekiem był Neron? Autor tak na to pytanie odpowiada: „Neron nigdy nie był szalony. Kim więc był naprawdę? Igraszką historii".

Od słowa do słowa

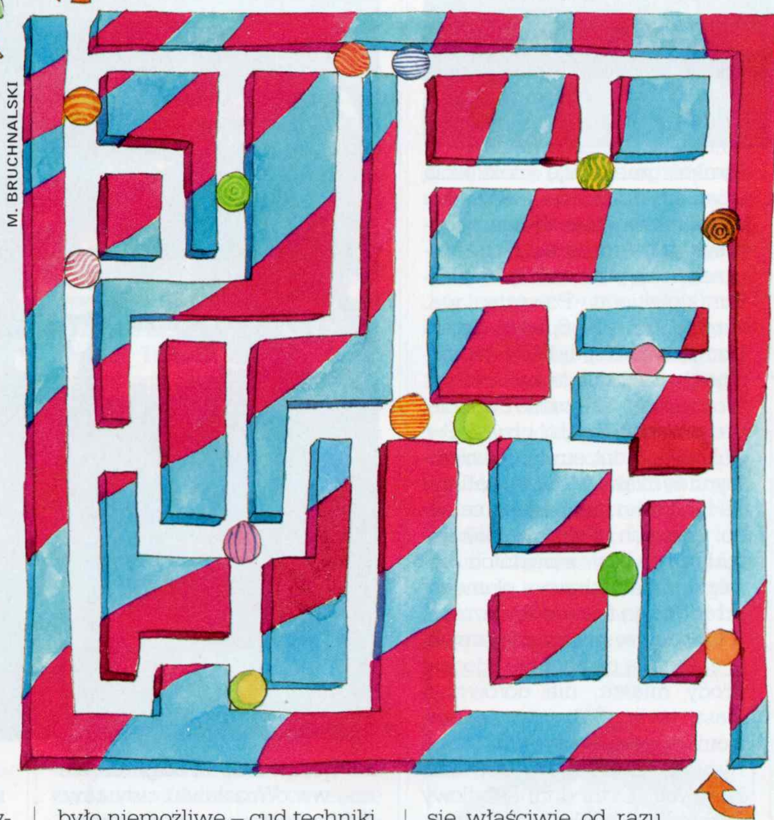
MAŁGORZATA WĘGRZECKA

W pewnej niskonakładowej gazecie przeczytałam ostatnio niezwykle interesujący artykuł. Korzystając z rady managera Beatlesów, który mawiał, że nie ma sensu sprzedawać piosenki tylko raz, jeżeli można ją sprzedać dwa razy, postanowiłam „sprzedać" po raz drugi ten tekst. Oczywiście własnymi słowami. Jednocześnie zaznaczam, że nie zadałam sobie trudu i nie odnalazłam bohatera artykułu w celu sprawdzenia wiarygodności jego historii. Bo chyba nie o to chodzi.

Ta niewiarygodna wręcz historia wydarzyła się pod koniec XX wieku. Był mglisty marcowy poranek. Kilkuosobowa ekspedycja zbliżała się do ściany lasu. Pięcioro naukowców z różnych krajów Europy zamierzało zagłębić się w chaszcze i odnaleźć, zagubioną w nich przed wiekami, świątynię. Wielu śmiałków przed nimi próbowało dotrzeć do legendarnego miejsca, ale wszyscy wracali z niczym. Dostępu do świętego miejsca bronił nie tylko gęsty splot gałęzi. Po kilkunastu dniach marszu, podróżujący trafiali na skomplikowany system bagien i trzęsawisk, które można było pokonać jedynie licząc na uśmiech losu i szczęście. Nie istniała bowiem żadna mapa tego miejsca, a miejscowi nie zapuszczali się na moczary za żadne pieniądze – wszyscy doskonale wiedzieli, że mieszkają tutaj, zaciekle broniące swych tajemnic, duchy i inne straszydła. Sceptyczni i racjonalnie nastawieni do życia naukowcy nie dali wiary bajaniom gawiedzi. Okazało się, że mieli rację. Ich oczom nie ukazał się żaden potwór, żaden duch nie zakłócił ich snu.

Po kilkunastu dniach rzeczywiście dotarli do granicy bagien. Cieszące się złą sławą, miejsce, zachwyciło ich od pierwszego wejrzenia. Aksamitne mchy, pstrokate. kwietne łączki, urokliwe wodne oczka... A wszystko spowite delikatnym oparem, którego zapach bynajmniej nie kojarzył się z bagnem.

Podniesieni na duchu podróżnicy, ochoczo zagłębili się w wodne królestwo. Problemy zaczęły się już pierwszego wieczora. Sekretarz ekspedycji, który zamierzał właśnie uzupełnić swój bezcenny dziennik, odkrył ze zdziwieniem, że jego elektroniczny notes nie działa. To



było niemożliwe – cud techniki, zaopatrzony w najnowocześniejsze rozwiązania, nie mógł – ot, tak! – odmówić posłuszeństwa. A jednak... Pozostali naukowcy zaczęli nerwowo sprawdzać resztę ekwipunku. Niestety, wszystkie mierniki, czytniki, a nawet kompas, odmówiły współpracy. Podróżnicy nie tracili jednak rezonu – przecież byli naukowcami, nie jedno wiedzieli. Na przykład, po kilkudziesięciu dniach wędrowania po bagnach, wiedzieli już, że nie mają szans na znalezienie drogi powrotnej. Co więcej – zaczęły ich dręczyć jakieś dziwne wizje, powoli, ale bardzo konsekwentnie tracili kontakt z rzeczywistością. W końcu cała piątka leżała na, z trudem znalezionym, kawałku suchej ziemi, trawiona potężną gorączką. Ile to trwało, oczywiście nie wiedzą.

Obudzili się w jakimś szałasie. Jego właściciel – brodaty, słusznej postury mężczyzna – ubijał coś w podłużnej miseczce. Porozumienie było niemożliwe, bo pustelnik nie znał żadnego europejskiego języka. Jednak, podczas długiej rekonwalescencji, bacznie obserwowali swego wybawcę. A było co obserwować! Mężczyzna posiadał niezwykłe umiejętności. Do tego, że przesuwa przedmioty siłą woli, przyzwyczaili się właściwie od razu. Największy szok przyszedł później, kiedy jeden z członków wyprawy pomyślał, że chce mu się pić. Ze zdziwieniem zobaczył, że pustelnik nalewa wody do miski i podaje mu naczynie. Zbieg okoliczności – pomyślał naukowiec. Nawykły do eksperymentów, pomyślał szybko o jedzeniu i dostał jakiś, niewiadomego pochodzenia, placuszek. Potem kolejno wszyscy z ekipy przekonali się, że niemożliwe jest możliwe. Pustelnik słyszy ich myśli. Dziwne jest wszakże nie tylko to, że je słyszy, ale że je rozumie. Nie zna przecież ich języka.

Wyleczone z gorączki głowy naukowców zaczęły pracować w szalonym tempie. Świątynia już dawno poszła w odstawkę. Teraz pozostał tylko jeden problem – wydostać się stąd. I to w towarzystwie tego człowieka. Zadanie nie było łatwe. Przecież pustelnik rozumiał ich pragnienia, nie mogli więc działać jawnie. Ale to byli naukowcy, nie jedno wiedzieli, więc spisek się powiódł. Wyruszyli w drogę. Kiedy dotarli do ściany lasu, wszyscy zgodnie pomyśleli, że chcieliby jakoś odwdzięczyć się swemu wybawcy. Uśmiechnął się. Potem pomyśleli, że najcenniejsza rzecz, jaką mają, znajduje się w przezroczystej ampułce.

Najstarszy z uczestników wyprawy zrobił pustelnikowi zastrzyk. Mężczyzna uśmiechnął się i posłusznie ruszył do Europy. Może tylko trochę zdziwił go widok samolotu.

Rzesza wszelakiej maści specjalistów przystąpiła do badań. Mimo niekończących się serii skomplikowanych testów, nikt nie potrafił dociec źródła pustelniczego geniuszu. Wiadomo było jedynie, że królik doświadczalny ma około 35 lat, jest zdrowy i piekielnie inteligentny. W ciągu miesiąca przyswoił bez problemu języki ludzi, którzy przeprowadzali na nim badania. Zachwycił go komputer, samochód i zapalniczka piezoelektryczna. Z nieco mniejszym entuzjazmem odniósł się do telefonu i telewizora. Aż pewnego dnia po prostu... zniknął. Zostawił wszelako krótki liścik pożegnalny, który brzmiał mniej więcej tak: „I ja i wy żyjemy w labiryncie. Mój labirynt stworzyła natura, wy swój budujecie sami. W każdym korytarzu szukacie nagrody, ja szukam twardego gruntu między trzęsawiskami. Wy walicie głową mur, ja omijam bagienne zasadzki. Nie chcę nabić sobie guza. Dziękuję za naukę. Żegnajcie. Pustelnik".



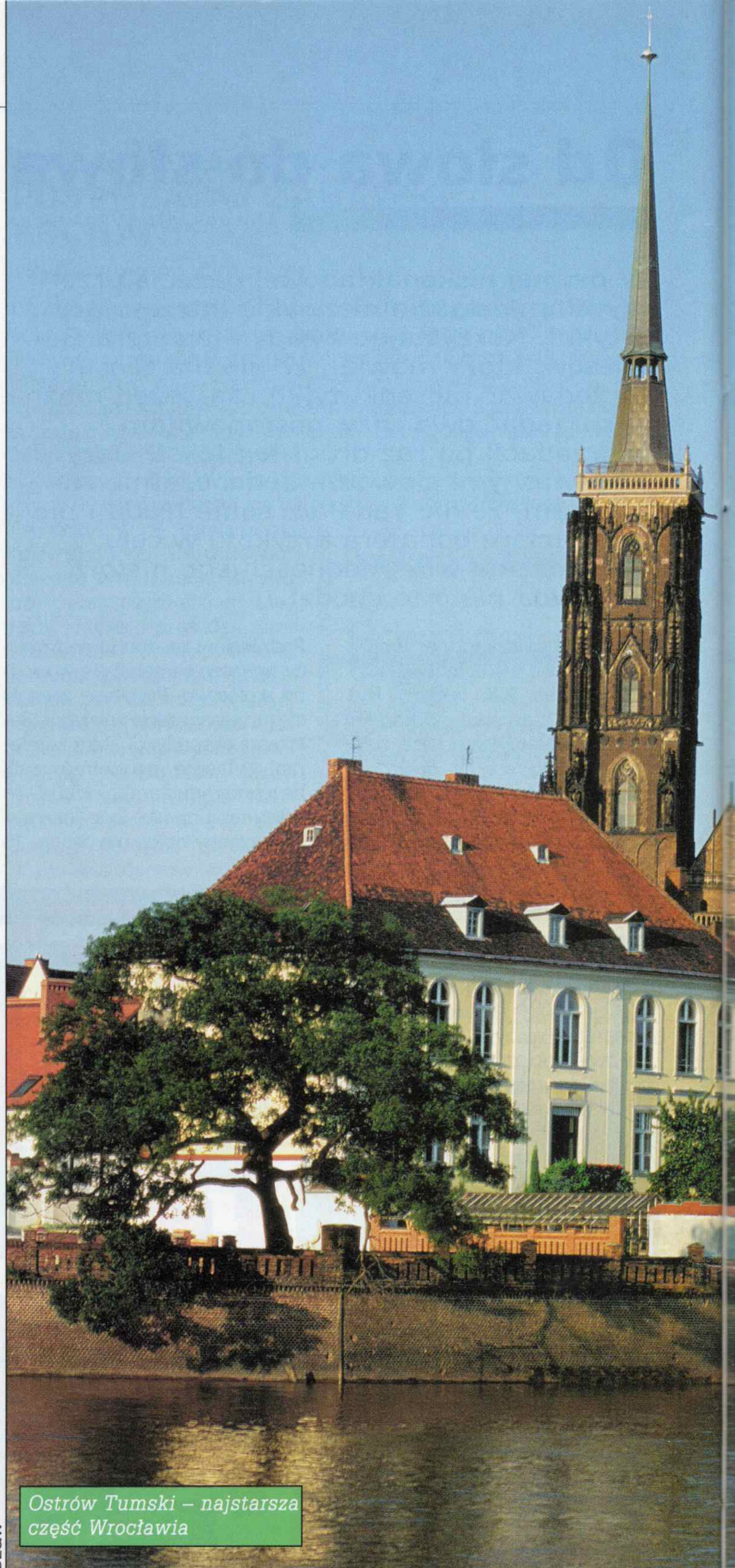
W ostatnich 10. latach stary, poczciwy Wrocław zmienił się nie do poznania. Z ponurego i zaniedbanego, przeistoczył się w jedno z najpiękniejszych miast Europy.

Dialog z tradycją

ARTUR STADNIK

FOTO: AUTOR





Ostrów Tumski – najstarsza część Wrocławia

BE&W

Szklane fasady na Starówce

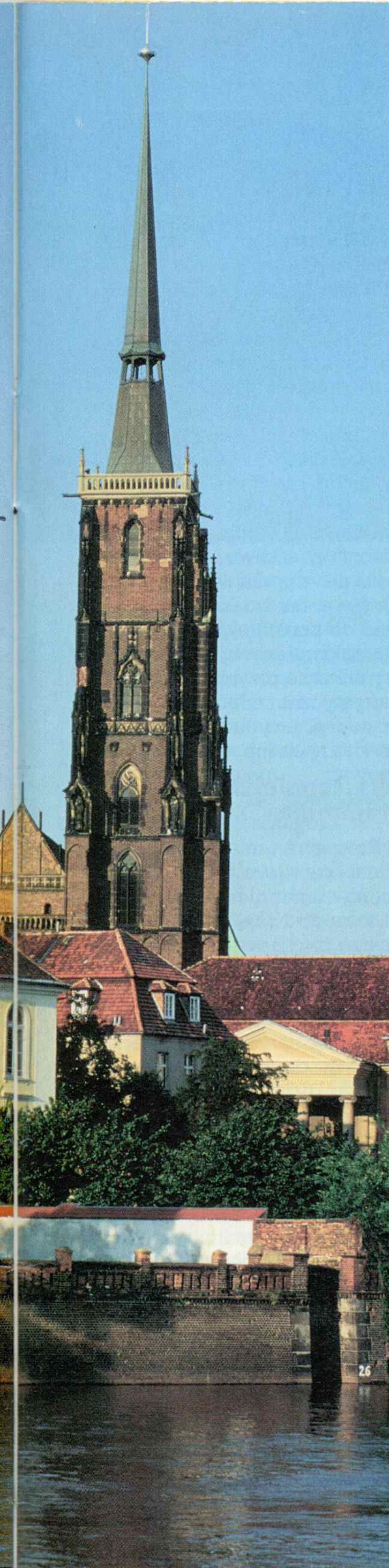
Rynek Starego Miasta i Plac Solny lśnią „nowością". Odmalowano nie tylko fasady kamienic, ale przeprowadzono ich gruntowny remont. Całkowicie wymieniono nawierzchnię obu placów, zadbano o małą architekturę. Wygląd „serca miasta" znacznie poprawił się dzięki usunięciu z niego samochodów. Zmotoryzowani mogą teraz parkować na wielopoziomowym parkingu przy ul. Szewskiej, zaledwie 100 m od Rynku. Takiego udogodnienia nie oferują ani Kraków, ani Warszawa.

Kto bywał na wrocławskim Starym Mieście jeszcze w latach 80., pamięta mnóstwo pustych placów po zniszczonych domach i, typowe dla ubiegłej epoki, nijakie plomby. Te ostatnie cierpliwie czekają na wyburzenie. Za to w miejscu zachwaszczonych działek wyrosły budynki, które przywracają wiarę we współczesną architekturę. W siedzibie CPN, stojącej przy ul. Kołłątaja, nowa architektura prowadzi harmonijny dialog z tradycją. Pasaż w kamienicy Pod Błękitnym Słońcem przy Rynku zaskakuje lekkością i pedantycznie dopracowanymi detalami wnętrza. Nowa zabudowa przywróciła do życia zdegradowaną przestrzeń placu Dominikańskiego. Powściągliwa, surowa forma kompleksu Galerii Dominikańskiej, udatnie nawiązuje do pobliskiego kościoła św. Wojciecha. Znacznie śmielej prezentuje się zespół przy ul. Św. Mikołaja. Front emanuje kolorowymi tynkami i dużymi taflami szkła. Mimo to, projekt należy do udanych. Podziały elewacji oddają podział sąsiednich kamienic, a aluminiowe elementy urozmaicają fakturę ścian.

Chociaż wspomniane projekty zasługują na uznanie i dodają urody miastu, nie dorównują klasą awangardowym realizacjom przedwojennym. Krok od Rynku, na rogu Szewskiej i Oławskiej, stoi dom handlowy Kameleon z zaokrąglonym prowokacyjnie wykuszem i szklanymi elewacjami (proj. E. Mendelsohn). Aż trudno uwierzyć, że budynek powstał w 1928 r. Również młodo jak na swój wiek (powstał w 1913 r.) wygląda biurowiec według projektu znanego architekta – Hansa Poelziga – przy Łaciarskiej.

W roku 1929 r., zorganizowano we Wrocławiu wystawę „Mieszkanie i miejsce pracy". Jej uczestnicy, wybitni architekci niemieccy, pozostawili po sobie trwałą pamiątkę – domy mieszkalne w pobliżu ulicy Kopernika. Podczas ich oglądania pojawia się żal, iż z tych gotowych wzorców nie czerpali budowniczowie powojennego Wrocławia.

Podobny żal, ale też zazdrość, zostają po odwiedzinach osiedla Sępolno (1924-28). Projekt osiedla nawiązuje do idei miasta-ogrodu, dlatego domy zatopiono w zieleni, a do każdego mieszkania przypisano ogród o powierzchni 80-500 metrów kwadratowych (!). Na eksperymentalnym osiedlu zamieszkało 10 tysięcy szczęśliwców. Do dzi-



siaj Sępolno to jeden z najlepszych adresów w mieście.

Wyspa przy wyspie

Wrocławska Starówka usiana jest klejnotami architektury. Przy placu Uniwersyteckim pyszni się barokowy gmach uczelni. W jego wnętrzu z kolei kryje się najbardziej znane pomieszczenie miasta – Aula Leopoldina. Zdjęcia auli są ozdobą każdego albumu o Wrocławiu, ale warto zobaczyć ją na własne oczy. Podobnie zresztą, jak wnętrze pobliskiego kościoła Imienia Jezus, z przepięknymi barokowymi malowidłami na sklepieniach.



FOTO: AUTOR

Zaraz za przejściem w budynku Uniwersytetu najlepiej skręcić w prawo. Droga poprowadzi nad samą Odrą do mostu Piaskowego. Tuż przy nim stoi interesujący budynek z czerwonej cegły. To Hala Targowa – najbardziej stylowe targowisko w Polsce.

Most Piaskowy przerzucono na wyspę... Piasek. Nazwa nieco myląca, gdyż wyspa jest od dawna zagospodarowana. Znajduje się na niej gotycki kościół oraz zabudowania klasztorne. Wyspa mieści jeszcze jedną atrakcję – niedawno udostępniony do zwiedzania – kameralny ogród klasztorny. Ogród kończy się balustradą nad Odrą, skąd roztacza się wspaniały widok na Ostrów Tumski i neorenesansowy gmach Muzeum Narodowego. Piasek i sąsiednie wyspy – Słodowa, Bielarska i Młyńska – połączone są mostami i tworzą jedną strefę spacerową. Można tu uciec przed zgiełkiem miasta i nacieszyć oczy panoramą rozwidlenia Odry.

Z Piasku już tylko krok na Ostrów Tumski – najstarszą część Wrocławia. Dzisiaj to prawdziwa enklawa kościelna z kilkoma kościołami, pałacem arcybiskupim, seminarium duchownym, a nawet przytułkiem dla emerytowanych księży. Tuż za Mostem Tumskim, otwiera się perspektywa na potężną bryłę katedry św. Jana Chrzciciela. Wieże tej gotyckiej świątyni pną się na wysokość 100 m.

Z największym wrocławskim kościołem sąsiaduje najstarszy – romański kościół św. Idziego. Oprócz funkcji sakralnej, pełni on również funkcję muzealną. W nim i w budynkach po drugiej stronie ulicy, zgromadzono zbiory romańskiej i gotyckiej sztuki sakralnej. Ciekawymi eksponatami są mumia egipska z IV w. p.n.e. i kamienne płaskorzeźby z III w. n.e. z okolic Damaszku.



FOTO: AUTOR

Na drugim planie DH Kameleon, proj. E. Mendelsohn (1928 r.).

W zielonej obręczy

Zwartą zabudowę centrum od północy i wschodu otacza rozległy pas zieleni. Tworzą go tereny wzdłuż pasa powodziowego, Park Szczytnicki i ogród zoologiczny. Park Szczytnicki jest parkiem krajobrazowym, utrzymanym w stylu angielskim. W drzewostanie dominują gatunki rodzime, ale rosną tutaj także gatunki egzotyczne – kasztan jadalny, tulipanowiec czy jesion pensylwański. Różne części parku mają odrębny charakter. Jest tu więc aleja dębów szypułkowych, lasek brzozowy, Park Spacerowy, Ogród Książęcy. Najbardziej oryginalny jest Ogród Japoński z pagodą nad stawem. Nieopodal, wśród dorodnych drzew, stoi drewniany kościół z XVII wieku. We wschodniej części parku zmienia się krajobraz. Pośrodku otwartej przestrzeni lśni tafla dużego stawu, otoczonego kwietną pergolą. Kompozycję zamyka potężna bryła Hali Ludowej. To tereny wystawy Historycznej z 1913 r. Tuż za nimi znajduje się najsłynniejszy bodaj ogród zoologiczny w Polsce – „ogród Gucwińskich".





FOTO: AUTOR

Wieża ciśnień przy al. Wiśniowej. Przed 20. laty miejsce spotkań wrocławskiej awangardy muzycznej.

Obok „Wrocławia widzialnego" istnieje „Wrocław ukryty" – miasto niewyjaśnionych zagadek i zaginionych miejsc. Aurę tajemniczości tworzą historie o zasypanych podziemiach Dworca Głównego, podziemnej fabryce pod Stadionem Olimpijskim i wiele innych. Wrocławska historia fascynuje, ale nie mniej fascynująca jest wrocławska teraźniejszość – prowadzona na dużą skalę rewaloryzacja zabytków czy śmiałe projekty architektoniczne. Dzisiejszy Wrocław jest miastem, w którym coraz lepiej się mieszka i które coraz przyjemniej się ogląda. ■

Taki znak rozpoznawczy mogą nosić wyłącznie przedmioty, pochodzące z ostatniej manufaktury w Europie. Z miejsca, gdzie ręczna robota warta jest majątek i gdzie przyjeżdża się za tę pracę majątek płacić. To Miśnia.

Sygnatura: błękitne miecze

ARTUR STADNIK

Miśnieńska manufaktura porcelany rozpoczęła działalność w XVIII wieku, dokładnie w roku 1710. W zamku Albrechtsburg, położonym w Miśni, niedaleko Drezna, zaczęto wyrabiać porcelanowe cuda, które podbiły nie tylko Stary Kontynent ale cały świat. Dla tych cacek królowie tracili swe koronowane głowy, kochali – i nadal kochają artyści, pragnęli – i nadal pragną wszyscy wielbiciele pięknych, porcelanowych przedmiotów.

Do wzrostu popularności wyrobów z porcelany w Europie niewątpliwie przyczynił się rozwój handlu pomiędzy Starym Kontynentem a resztą świata. Dzięki więziom handlowym, Europejczycy mieli szansę zetknąć się ze sztuką i kulturą Dalekiego Wschodu. Oprócz mebli, tkanin, artykułów – ogólnie mówiąc – dekoracyjnych, statkami handlowymi przypłynęły też wyroby z porcelany. Szczególną uwagą cieszyły się przedmioty użytkowe i dekoracyjne z chińskiej porcelany. Chiny zresztą miały w tym czasie monopol na wytwarzanie twardej, białej porcelany. Te małe, importowane arcydzieła wywoływały w Europie niekłamany zachwyt. Głównie wśród przedstawicieli możnych rodów i władców, którzy, wrażliwi na doznania estetyczne, mieli też środki na finansowanie swoich pasji i zachcianek. Tak rozpoczęła się moda na kolekcjonowanie porcelanowych dzieł sztuki.

Mocny nad mocnymi

Przy prawdziwej namiętności trudno poprzestać wyłącznie na kupowaniu i kolekcjonowaniu. Prędzej czy później pojawia się pragnienie tworzenia z tej materii. Po co kupować, jeśli można mieć swoje? Tak stało się w przypadku jednego z największych i najbardziej znanych miłośników porcelany – Augusta II Mocnego. Królewskie rozmiłowanie skłoniło władcę do urzeczywistnienia pragnień. Stworzył w Miśni własną wytwórnię porcelany, nie podejrzewając nawet, że kilka stuleci później, przedmioty ożywające w rękach miśnieńskich artystów, nadal będą należeć do najcenniejszych na świecie.

Przygarnięty przez króla Augusta alchemik – Johann Friedrich Bottger – miał zasłynąć, jako autor receptury, wedle której zaczęto tworzyć porcelanowe arcydzieła z dala od Chin. Jak podają źródła, najpierw, w wyniku prób i doświadczeń, alchemik uzyskał tworzywo zwane porcelaną jaspisową (tzw. kamionka Bottgera), ale bardziej odkrywcze okazało się zastosowanie glinki koalinowej, kwarcu i wysokotopliwych skaleni. Metody wytwarzania porcelany, wynalezione i opracowane w Miśni, różniły się od tych, jakie stosowano w Chinach. I to było chyba najbardziej znaczące dla rozwoju tej europejskiej manufaktury. Masa, odpowiednio uformowana na garncarskich kołach, kształtowana według form lub matryc, była poddawana dwukrotnemu wypalaniu (chińska technika zakładała jednokrotne wypalanie). Po pierwszym wypaleniu otrzymywano tzw. biskwit, czyli białą porcelanę bez szkliwa. Po nałożeniu cienkiej warstwy szkliwa, następowało drugie wypalanie. W efekcie polewa, bardzo ściśle przylegając do porcelany, tworzyła jakby szklaną powłokę. Dopiero po tym etapie przychodził czas na artystyczne zdobienia, wykonywane przy użyciu farb naszkliwnych lub złota.


BE&W

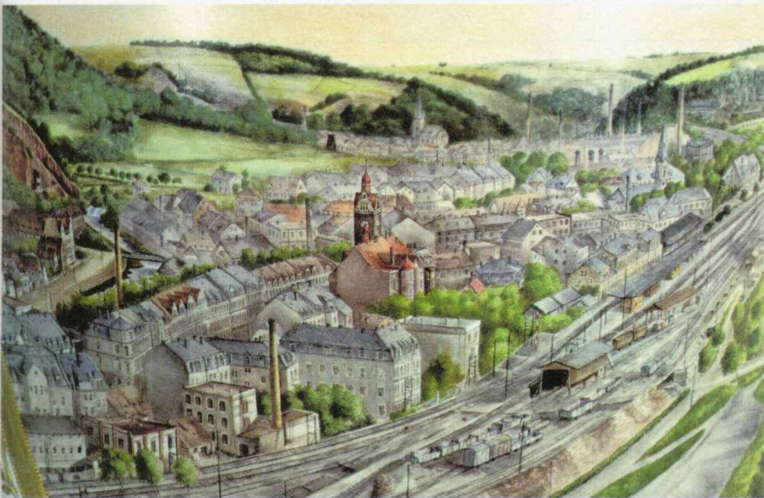
Najcenniejsza tajemnica

„Przepis" na miśnieńską porcelanę pozostawał najpilniej strzeżoną tajemnicą Augusta II Mocnego. Nic w tym dziwnego, skoro tworzywo, z którego powstawały szlachetne wyroby, przyniosło taką sławę i bogactwo. Tajemnicy strzeżono przez lata tak sprytnie, że wszyscy, którym dane było otrzeć się o nią, mogli znać tylko część procesu produkcji. W ten sposób, przez długi czas, manufaktura miśnieńska z powodzeniem chroniła swój skarb.

Początkowo, dorobek wytwórni stanowiły przedmioty ozdobne lub użytkowe, naśladujące chińskie pomysły wzornicze. Taka „odtwórcza", mało kreatywna atmosfera miała zmienić się dopiero wraz z pojawieniem się w progach „zakładu" wielkich indywidualności artystycznych. Od tego momentu rozpoczął się dla manufaktury miśnieńskiej zupełnie nowy etap rozwoju, znaczony własnym, niepowtarzalnym stylem.

Miśnieńscy mistrzowie

Johann Gregor Horoldt. Johann Joachim Kandler. To pierwsze, ważne nazwiska w historii miśnieńskiej porcelany. Pierwszy z nich, malarz, zasłynął przede wszystkim z faktu, że zaczął umieszczać na porcelanowych kształtach motywy roślinne i zwierzęce, nieco później nawet całe krajobrazy. Kunszt artystyczny i wyobraźnia Horoldta pozwoliły stworzyć w Miśni



dzieła, które szybko zdystansowały wyroby, powstające w chińskich wytwórniach. Na stołach europejskich magnatów zaczęły pojawiać się bogato zdobione naczynia, sygnowane błękitnymi mieczami, pochodzącymi z herbu króla Augusta Mocnego – dowód prestiżu, żeby nie powiedzieć językiem współczesnym – snobizmu. Zdobienia ilustrowały scenki z przedstawień teatralnych, pól bitewnych, „wydarzeń" społecznych oraz motywy kwiatowe.

Drugi z wybitnych twórców – Johann Joachim Kandler był rzeźbiarzem. Jego pojawienie się w Miśni zapoczątkowało nowy etap. Wśród dotychczas produkowanych, porcelanowych wyrobów użytkowych pojawiły się słynne, niepowtarzalne, ceramiczne figurki i grupy figuratywne. Szybko stały się one ozdobą niejednego ówczesnego wnętrza. Szybko też znalazły naśladowców w innych wytwórniach porcelany.

W sumie, porcelanowy dorobek Kandlera to ponad 900 wzorów takich figur, przedstawień pojedynczych lub grupowych. Inspirację jego twórczości stanowiły sceny z życia dworu i dnia codziennego zwykłych obywateli.

Czas zmian

Ten wspaniały okres rozkwitu i rozwoju miśnieńskiej manufaktury przerwał wybuch wojny siedmioletniej (w roku 1765). I jak zwykle w takich wypadkach bywa, nastały ciężkie czasy. Wytwórnia również poddała się zawierusze wojennej. Część wyposażenia, zgromadzone w Miśni zapasy glinki wykorzystywano przez jakiś czas w Berlinie – w manufakturze Johanna Ernsta Gotzkowsky'ego.

W kolejnych latach powstawały w Europie rozmaite wytwórnie porcelany, z mniejszym lub większym powodzeniem czerpiące z ducha wyrobów miśnieńskich.

W Miśni natomiast zabrakło indywidualności, być może motywacji do rozwoju, bo nowe wyroby coraz częściej nawiązywały do modeli z XVIII wieku.

Dzisiaj, tak jak niegdyś, miśnieńską porcelanę kupują królowie, przedstawiciele możnych rodów i bajecznie bogaci artyści. Bo to nadal jest ręczna, bardzo cenna robota artystów, pracujących w skupieniu, za zamkniętymi drzwiami. Realizujących konkretne zamówienia konkretnych osób, które dla wykonawców pozostają całkowicie anonimowi. Wielkie nazwisko może przytłoczyć artystę, zaabsorbować jego myśli, rozwiać skupienie. A jeśli wtedy drgnie ręka?

Porcelanowa ekstrawagancja

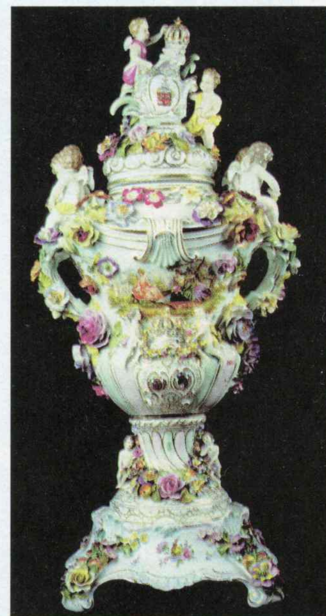
I tak powstają w tej ciszy porcelanowe zegary, wazony, serwisy, figurki, a nawet... suknie. A dokładnie jedna jedyna taka suknia. Porcelanowa. Wymyślił ją sobie Karl Lagerfeld. Dzięki miśnieńskim artystom, powstało dzieło unikalne – szyfon, pokryły porcelanowe płytki, jakie wykorzystuje się na cyferblaty w zegarkach. Efekt, jak łatwo zgadnąć, był olśniewający. Suknia, jakby utkana z ręcznie wykonanych, lekkich, błyszczących „cekinów" zdobi szafę znanej piosenkarki – Celine Dijon.


BE&W

Wśród najważniejszych klientów tej, jednej z niewielu fabryk porcelany na świecie, która ma prawo do używania nazwy „manufaktura" są między innymi przedstawiciele cesarskiego dworu japońskiego i norweska królowa Sonia. Ale nazwisk wszystkich osób, które przynajmniej raz w życiu zakosztowały przyjemności, płynącej z posiadania porcelanowego cacka, oznaczonego tym jedynym w swoim rodzaju symbolem błękitnych, skrzyżowanych mieczy, nie sposób wymienić.

Pracownicy miśnieńskiej wytwórni doskonale rozumieją swoją rolę, a raczej swoją misję. Nie dopuszczają myśli o unowocześnieniu procesu produkcji, wprowadzeniu komputerów czy jakichkolwiek urządzeń, zaburzających tryb pracy w poszczególnych pracowniach. Praca w takim miejscu zobowiązuje. Zamknięci w swoich pokojach, skupieni na swojej mrówczej pracy, stają się rozpoznawalni dzięki szczególnym wizytówkom, umieszczonym na drzwiach: „Malarze owoców wschodnich", „Malarze kwiatów indyjskich", „Malarze starych kwiatów", „Malarze ryb"...

Współcześni artyści miśnieńscy, wykształceni w specjalnej Miśnieńskiej Szkole Rysunku podobnie jak ich poprzednicy, bardzo są zaangażowani w swoją pracę i bardzo z nią związani. Nic dziwnego, skoro niczym Stwórca, z rozsypanych fragmentów składają postacie. Skoro delikatnym, ale nadzwyczaj sprawnym pociągnięciem pędzla ożywiają kamienne figurki i opowiadają ludzkie historie. Utrwalają tradycje, obyczaje, zdarzenia, które nie powinny odejść w zapomnienie. Skoro każdego dnia obcują z historią niezwykłą, przechowywaną skrzętnie w matrycach miśnieńskiego archiwum. Tu, gdzie nawet uszko od filiżanki i piórko od kapelusza mają swoje, należne im miejsca. ■


BE&W


BE&W

Czosnek, kminek, pieprz i oczywiście papryka – oto przyprawy, goszczące w każdym węgierskim domu. Dzięki nim, kuchnia naszych sąsiadów, w pełni zasłużyła sobie na miano jednej z najbardziej pikantnych kuchni świata.

Ze szczyptą papryki

Agnieszka Guzek


BE&W

Kuchnia węgierska, podobnie jak inne europejskie, jest mieszaniną rozmaitych zwyczajów kulinarnych starego kontynentu. Paprykę, nieodzowny dodatek do lecza czy gulaszu, przywieźli Turcy. Zwyczaj jadania wieprzowiny Węgrzy przejęli od Niemców, natomiast od Słowaków nauczyli się przyrządzania klusek i ciast. Nawet słynne salami przywędrowało do naddunajskiego kraju z Włoch. A jednak, czerpiąc z bogatych tradycji światowych kulinariów, udało się Węgrom stworzyć specyficzną kuchnię. Kuchnię, w której prym wiodą ostre przyprawy oraz mięso.

Większość potraw z węgierskiego menu opiera się na wołowinie, wieprzowinie oraz dziczyźnie. Mięso zwykle się obsmaża na smalcu lub słoninie, dzięki czemu jest ono soczyste i kruche. Nasi sąsiedzi nie cenią walorów smakowych drobiu, natomiast z upodobaniem przyrządzają potrawy z ryb – przede wszystkim z sandaczy oraz karpi.

Tradycyjnymi potrawami, które rozsławiły węgierską kuchnię są leczo, gulasz, rozmaite paprykarze oraz zupa rybna. Specjały te serwowane są niemal w każdej węgierskiej restauracji. Planując szybki posiłek, warto zajrzeć do... sklepu. Wciąż jeszcze panuje na Węgrzech zwyczaj szybkiego posilania się przy wysokich stolikach, stojących w sklepach spożywczych lub mięsnych. Można tam skosztować miejscowych rarytasów – wędzonej kiełbasy, boczku lub słoniny, które podaje się z krojonym w grube pajdy chlebem i marynowaną papryką.

Oczywiście mówiąc o wędlinach, nie można pominąć słynnego, węgierskiego salami. Niegdyś robione je z koniny lub mięsa oślego. Dziś skład salami jest inny, a przepis na jego produkcję, to pilnie strzeżona tajemnica. Obok salami, charakterystyczne dla tej kuchni są również wyśmienite kiełbasy wędzone.


BE&W

PŁONĄCE NALEŚNIKI GUNDEL

Składniki (na 8 porcji):
16 naleśników
Nadzienie:
100 ml śmietany kremówki
250 ml mleka
3 żółtka
łyżka masła
150 ml mocnego rumu
15 dag cukru
5 dag pokrojonych rodzynek
łyżka tartych, suszonych skórek pomarańczy
25 dag mielonych orzechów włoskich
10 dag gorzkiej czekolady
2 łyżki kakao

Zagotować śmietanę i dodać 2 łyżki rumu, 10 dag cukru, rodzynki, orzechy oraz skórkę pomarańczy. Wszystko gotować minutę na wolnym ogniu, wciąż mieszając. Tak przygotowane nadzienie należy rozsmarować cienką warstwą na naleśnikach, a następnie zwinąć je w rulon. Naleśniki ułożyć na gorącym talerzu. Następnie roztopić w mleku, gotowanym na wolnym ogniu, czekoladę i dodać żółtka. Odstawić z ognia i dodać 2 łyżki cukru, 2 łyżki rumu oraz masło i kakao. Wszystko należy mieszać, aż powstanie jednolita masa czekoladowa. Potem wystarczy już tylko naleśniki zalać kremem czekoladowym, a przed podaniem lekko oblać paroma łyżkami rumu i zapalić.

SAŁATKA WĘGIERSKA

Składniki (na 6 porcji):
25 dag kabaczka
4 strąki zielonej papryki
4 pomidory
cebula
15 dag parówek
25 dag octu z winnej marynaty

Kabaczek należy pokroić w kostkę, ugotować na półmiękko w lekko osolonej wodzie z dodatkiem winnego octu, a następnie zalać na kilka minut zalewą. Paprykę wstawić do piekarnika, aby lekko zmiękła, oczyścić z pestek i pokroić na krążki. Paprykę należy ułożyć wokół kostek kabaczka. Dodać pokrojone w cząstki pomidory, posiekaną cebulę oraz przyprawy. Parówki pokroić w plasterki i posypać nimi sałatkę. Na godzinę przed podaniem, sałatkę należy odstawić w chłodne miejsce.

„Ogniste" zupy

Specyficznymi potrawami z węgierskiego stołu są zawiesiste zupy. Godne polecenia są przede wszystkim zupy rybne, przyprawiane różnymi rodzajami papryki. Warto również skosztować rosołu tokajskiego oraz bulionu wołowego z dodatkiem tokaju lub brandy, do którego podaje się pączuszki z ciasta ptysiowego, nadziewane gęsią wątróbką.

Warzywa – pomidory, cebula i różne odmiany papryki – są nieodzownymi składnikami zup i innych potraw z węgierskiego stołu. Podaje się je również, jako oddzielny dodatek, do dań. Wtedy są to warzywa marynowane, w panierce lub z dodatkiem zasmażki czy śmietany. Węgrzy zdecydowanie nie gustują w lekkich sałatkach z surowych warzyw.

Dla zwolenników bezmięsnej diety, węgierskie menu ma bardzo mało do zaoferowania. Nawet w potrawach, gdzie głównymi składnikami są warzywa, bez trudu odnaleźć można mięsne „dodatki". To właśnie one nadają niepowtarzalny smak duszonym czy podsmażanym warzywom. Praktycznie jedynym charakterystycznym, węgierskim daniem bezmięsnym są płonące naleśniki.

Posiłkom towarzyszą zazwyczaj wyborne, węgierskie wina. Choć w niczym nie ustępują niemieckim czy francuskim, nie są tak popularne na świecie. Uznanie zdobyły jedynie mocny, deserowy Tokaj oraz egri, czyli słynne czerwone wino, serwowane do mięs, znane pod nazwą bycza krew. Innym, ulubionym napojem Węgrów jest mocna kawa, którą podaje się po posiłku. Natomiast dla smakoszy herbaty, wizyta na Węgrzech oznaczać będzie rozczarowanie.

serwus dla zakochanych



POP przedstawia "Serwus Komórkowy"!
Na stronie internetowej **www.idea.pl** znajdziesz kilkadziesiąt specjalnych powitań do Twojej poczty głosowej. Zdecyduj, kto i w jaki sposób powie za Ciebie, że nie możesz odebrać telefonu. Przyda Ci się to na Walentynki, gdy będziesz zbyt zajęty, by rozmawiać.



łączy z ludźmi

(na walentynki)

*ceny netto

infolinia: 0 801 234567
koszt połączenia: 1 jednostka taryfikacyjna wg cennika TP S.A.

Dziś wolę pisać

Darmowe minuty
wymieniamy
na darmowe SMS-y



Dostrajamy się do Twoich potrzeb